

# Tematización de la oferta turística como estrategia de integración regional en el Mercosur

## El caso del “Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes”

Tesis de grado  
Carrera Licenciatura en Turismo

Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad Nacional de La Plata

**Alumna Calle, María Belén**

**Legajo 83801/4**

**Director Gliemmo, Fabricio**

**Fecha de entrega 14 de Octubre de 2020**

# Agradecimientos

---

*A mi familia, por su apoyo incondicional en todos los aspectos de mi vida.*

*A mis amigos, que me brindaron su contención y ayuda durante estos meses.*

*A mi director, Fabricio Gliemmo, por acompañarme y compartir sus saberes  
para que el trabajo se realizara con éxito.*

# Índice

---

Introducción .....	7
Objetivos .....	9
Objetivo General .....	9
Objetivos Específicos.....	9
Marco Teórico .....	10
Qué se entiende por turismo .....	10
Tematización de la oferta turística.....	11
Ventajas de la tematización de la oferta.....	12
Planificación: su importancia como herramienta de desarrollo .....	14
Integración regional. Teorías y tipos de integración.....	14
MERCOSUR. Una aproximación general a un bloque complejo .....	16
Turismo como factor de integración regional.....	17
Patrimonio. Definiciones y relación con el turismo. Su contribución al proceso de integración regional.....	18
Metodología.....	20
Capítulo 1. ....	21
1.1 Mercosur. Historia y tratados constitutivos.....	21
1.1.1 Organización institucional del bloque.....	23
1.1.2 El turismo en la estructura institucional del MERCOSUR.....	25
1.2 El Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes dentro de la estructura institucional del MERCOSUR .....	25
1.3 Antecedentes internacionales.....	26
1.3.1 Camino de Santiago de Compostela .....	26
1.3.2 Qhapaq Ñan .....	29
1.3.3 Paisaje Cultural Cafetero Colombiano .....	32
1.4 Pautas para la integración regional por medio del turismo.....	35
1.5 La tematización de la oferta turística como herramienta para la integración regional.	35

Capítulo 2. ....	39
2.1 Descripción del Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuítico Guaraníes.....	39
2.1.1 Caracterización geográfica de la región .....	39
2.1.2 Evolución del desarrollo turístico en la región.....	41
2.1.3 Caracterización del proyecto declarado Patrimonio de la Humanidad por UNESCO	45
2.1.4 Caracterización del Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes, Moxos y Chiquitos, declarado Patrimonio Cultural del Mercosur .....	47
2.2 Justificación de la elección del circuito .....	48
2.3 Formas actuales de comercialización del circuito.....	49
Capítulo 3. ....	59
3.1 Actores involucrados en la gestión del circuito.....	59
3.1.1. Comisión de Patrimonio Cultural del Mercosur.....	60
3.1.2. Reuniones Especializadas en Turismo (RET) y Reuniones de Ministros de Turismo (RMTUR).....	60
3.1.3. UNESCO y organismos nacionales de los sitios declarados Patrimonio Mundial .....	61
3.1.4. Organismos privados.....	62
3.1.5. Comunidades guaraníes y residentes locales .....	63
3.2. Herramientas y mecanismos de gestión tomados en el Circuito Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes .....	64
3.2.1. Acciones tomadas a nivel regional.....	65
3.2.2. Acciones tomadas a nivel nacional .....	70
3.3. La tematización de la oferta en el Circuito Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes como favorecedora de procesos de integración regional.....	74
Conclusiones .....	82
Bibliografía .....	84
Anexo .....	91
Entrevista Gabriel Comparato.....	91
Entrevista Silvia Liliana Paredes .....	96
Entrevista Marta Antônia Benatti .....	99
Entrevista Claudia Mabel Abelen .....	103

# Resumen

---

A lo largo de este trabajo se pretendió indagar acerca de la tematización de la oferta turística como una estrategia para la integración regional en el Mercosur, y se intentó revelar de qué manera el desarrollo de un producto turístico basado en una temática concreta puede o no contribuir con los objetivos de integración regional del Mercosur. Se elige como caso de estudio el denominado “Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes, Moxos y Chiquitos”, propuesto en el marco de las Reuniones Especializadas en Turismo del Mercosur, debido a que los elementos de tipo cultural y natural que componen este circuito (el legado guaraní, el ideal evangélico profesado por la Orden Jesuita, y el entorno selvático) componen la raíz autóctona común de esta región concreta del Mercosur. Los conjuntos jesuítico – guaraníes forman parte de uno de los patrimonios culturales más valorados y promocionados turísticamente en la Provincia de Misiones y el área de influencia.

Se entiende entonces que el Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes, Moxos y Chiquitos constituye una oportunidad para construir un concepto integral de turismo en esta región del Mercosur, basado en una temática de identidad colectiva que se construye a partir de la sumatoria de las identidades singulares de cada uno de los pueblos que participan en él. De esta forma es presentado como un producto regional amplio y representativo de varias particularidades individuales que se potencian entre sí para presentarse en el mercado de una forma más atractiva y por lo tanto más rentable.

Por último, se intentó indagar acerca de los canales de comercialización de este circuito y de cómo es presentado en el mercado para que sea entendido como un producto complementario y no competitivo, que funcione como conjunto.

# Estructura

---

Esta investigación pretende dar respuesta a cinco objetivos que se ven reflejados a lo largo de los tres capítulos en los que se estructura el trabajo. Estos capítulos se encuentran antecedidos por un marco teórico en el que se exponen los principales conceptos relacionados al tema de investigación. El marco teórico cumple con el primero de estos cinco objetivos.

En el primer capítulo, se realiza una descripción del bloque regional Mercosur, su historia, su estructura institucional y la importancia que tiene el turismo dentro del mismo. Posteriormente se presentan tres casos como antecedentes: el Camino de Santiago de Compostela, el Qhapaq Ñan y el Paisaje Cultural Cafetero Colombiano. Y hacia el final del capítulo se reflexiona sobre la forma en la que la tematización de la oferta turística podría contribuir a la gestión de sitios turísticos. Este capítulo responde al segundo objetivo planteado para la tesis.

En el capítulo dos, según lo planteado en el tercer objetivo específico, se presenta una descripción del circuito elegido como caso de estudio. En esta descripción se deja en claro la diferencia entre los sitios que corresponden a una declaratoria internacional por parte de UNESCO y los sitios que componen el denominado “Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes” declarado Patrimonio Cultural del Mercosur. Se describe además la región geográfica en la que se encuentran situados y las características políticas y económicas de la zona. Por último, se mencionan las diferentes formas en las que el circuito es comercializado o promocionado por los organismos intervinientes.

Finalmente, en el tercer capítulo, se pretende comprender la forma en la que se gestiona el circuito a partir del análisis de medidas o acciones tomadas por Fondos de Cooperación, Reuniones Especializadas de Turismo en el Mercosur, Reuniones de Ministros de Turismo en el Mercosur y Planes Estratégicos de Turismo a nivel nacional. Luego se exponen las potencialidades de la tematización de la oferta turística en el circuito caso de estudio como favorecedora del proceso de integración regional del bloque. Con ello se pretende dar respuesta a los objetivos cuatro y cinco planteados para esta investigación.

# Introducción

---

En el presente trabajo se indagó acerca de la tematización de la oferta turística como una estrategia para la integración regional. A partir del análisis del denominado “Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes” del Mercosur, tomado como caso de estudio, se intentó revelar de qué manera este circuito, basado en una temática concreta vinculada al patrimonio jesuítico – guaraní, puede o no contribuir con los objetivos de integración regional del bloque. Con esta investigación, se pretende brindar un aporte acerca de las estrategias de tematización de la oferta en circuitos transfronterizos como beneficiarias para la integración regional.

Es preciso aclarar que el circuito tomado como caso de estudio es un proyecto ya existente creado en el marco de las Reuniones Especializadas en Turismo del Mercosur, pero que ha sufrido a lo largo de los años diferentes modificaciones de acuerdo a la importancia que los gobiernos de cada país dieran al turismo y a la integración regional.

El mismo constituye una ruta de carácter transfronterizo que reúne al conjunto de treinta pueblos misioneros localizados en los actuales territorios de Argentina, Brasil y Paraguay fundados por la Compañía de Jesús durante los siglos XVII y XVIII. Siete de esos treinta pueblos, se encuentran declarados Patrimonio de la Humanidad por UNESCO: uno en Brasil (declarado en 1983), cinco en Argentina (declarados en 1984) y dos en Paraguay (declarados en 1993).

En lo que refiere al Mercosur, el proyecto original denominado “Circuito Turístico Integrado de las Misiones Jesuíticas” (CTI) o “Ruta de las Misiones” data del año 1994 y se firmó en San Ignacio Miní (Argentina). El mismo integraba a los sitios históricos culturales de: Santo Miguel y San Luis Gonzaga en el Brasil; Loreto, San Ignacio, Santa Ana, Santa María, Yapeyú, San Carlos y Santo Tomé en Argentina; y Trinidad en Paraguay. Además, establecía a las ciudades de Santo Ángel en Brasil, Posadas en Argentina, Encarnación en Paraguay y Montevideo en Uruguay como principales centros de servicios turísticos

Como ya se mencionó, el circuito sufrió varias modificaciones hasta que en el año 2015 quedó conformado por los 30 pueblos misioneros, a los cuales también se le sumaron las reducciones jesuíticas de Moxos y Chiquitos en Bolivia. A este proyecto se lo denominó “Itinerario Cultural de las Misiones Jesuíticas Guaraníes, Moxos y Chiquitos en el MERCOSUR” y, cuenta con una declaratoria de Patrimonio Cultural del Mercosur.

Como es de esperar, este proyecto involucra un territorio muy amplio, que implica diversas jurisdicciones y que presenta asimetrías políticas y económicas en el tratamiento del patrimonio y del desarrollo turístico. Para el desarrollo de esta investigación se decidió trabajar con el Itinerario Cultural de las Misiones Jesuíticas Guaraníes, Moxos y Chiquitos en el MERCOSUR, pero teniendo en cuenta únicamente a los sitios correspondientes a las misiones jesuíticas guaraníes. Es decir, se dejan de lado las reducciones jesuíticas de Moxos y Chiquitos en Bolivia, debido a que el modelo de tematización que se propone en este trabajo tiene que ver con la cultura y el patrimonio guaraní.

Elementos de tipo cultural y natural vinculados al patrimonio tangible e intangible, como son por ejemplo las tradiciones orales, el idioma guaraní, el ideal evangélico profesado por la Orden Jesuita y el entorno selvático componen la raíz autóctona común de los países integrantes del Mercosur. Por esa razón desde el bloque, en el marco de las Reuniones Especializadas en Turismo, se reconoció la importancia para el proceso de integración regional que genera el producto Misiones Jesuíticas Guaraníes como forma de enaltecimiento de la historia y el legado cultural común de la región, condiciones básicas para promover la cooperación entre los Estados Parte.

La tematización de la oferta turística podría constituir una importante estrategia para el sector público y un elemento clave en las políticas y programas de desarrollo local. Pero cabría preguntarse de qué forma la tematización de la oferta podría contribuir con los objetivos de integración regional planteados en el Mercosur. En efecto, la consolidación de un producto turístico de estas características requeriría del desarrollo de alianzas estratégicas internacionales, la articulación del producto a la oferta turística regional y el planteo de objetivos en el plano político que den respuesta a problemáticas comunes.

Por este motivo, en la presente investigación se estudiaron aquellos elementos que dan cuenta que la tematización de un producto turístico interregional permitiría entender a la región como un todo y posicionarla en el mercado como un destino unificado, promoviendo además una mayor movilidad de visitantes entre los diferentes puntos que conforman el circuito alentando al desplazamiento de visitantes de un destino a otro y fomentando el intercambio cultural entre locales y residentes.

Además, el uso de estrategias de tematización de la oferta exigiría, eventualmente, a las autoridades involucradas a gestionar el recurso y los servicios de acompañamiento de manera conjunta, ya que incita a los diferentes municipios o naciones a buscar la obtención de beneficios mutuos.

# Objetivos

---

## Objetivo General

El objetivo de esta investigación es comprender la relación existente entre las estrategias de tematización de la oferta turística y el proceso de integración regional tomando como caso de estudio el “Circuito Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes”, declarado Patrimonio Cultural del MERCOSUR en el 2015.

## Objetivos Específicos

1. Elaborar un marco teórico que vincule conocimientos, definiciones y teorías sobre la tematización de la oferta turística y los procesos de integración regional.
2. Reflexionar sobre la forma en la que la tematización de la oferta turística podría contribuir a la gestión de sitios y circuitos turísticos y a los procesos de integración regional.
3. Describir el “Circuito Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes”.
4. Comprender la forma en la que se gestiona el mencionado circuito e indagar acerca de acuerdos para la cooperación internacional en materia de turismo.
5. Indicar las potencialidades del “Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes” como favorecedor del proceso de integración regional en el MERCOSUR.

# Marco Teórico

---

## Qué se entiende por turismo

El concepto de turismo ha ido evolucionando a lo largo de la historia, y de hecho aún se encuentra en proceso de construcción. Se trata de un concepto dinámico, producto de su carácter interdisciplinario, que admite múltiples definiciones y diversos matices, según el ámbito de trabajo y la época en la que se formule su definición.

Si bien el desplazamiento de personas de un lugar a otro ha sido siempre parte de la historia del ser humano, los primeros estudios científicos comenzaron a surgir recién a partir de la primera guerra mundial (Escuela Universitaria de Turismo de Murcia, 2012). Así por ejemplo los economistas Walter Hunziker y Kart Krapf (1942), definen al turismo desde el punto de vista económico, como el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas.

Esta definición es muy similar a la utilizada desde la década del 80 por la Organización Mundial del Turismo (OMT), que define el turismo como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocios u otros motivos. Sin embargo, según lo indica Bertonecello (2002), la definición de la OMT presenta limitaciones de tipo conceptuales que dificultan su total comprensión. El autor indica que esta definición hace referencia a los turistas como los únicos actores que son partícipes de esta práctica social denominada turismo, dejando fuera a otros sujetos tales como los agentes económicos o la comunidad de origen.

Hiernaux-Nicolas (2002) propone, en cambio, diferentes definiciones según el campo de estudio o la disciplina científica desde la que se estudie a este fenómeno. Se distinguen dos de ellas:

En primer lugar, desde la órbita de lo legal, el autor menciona las normas laborales que permitieron un mayor acceso por parte del trabajador al tiempo libre. Desde esta mirada el turismo es entendido como un derecho del trabajador, pero al mismo tiempo lo restringe al prohibir al turista realizar actividades lucrativas en el lugar de destino, contraponiéndose por ejemplo al concepto de "turismo de negocios".

En segundo lugar, en el plano económico, el turismo es entendido como un sistema conformado por una demanda y una oferta turística. La primera es la suma de bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores en cada uno de los sitios que visitan; en cambio la oferta turística se define como el conjunto de productos y servicios turísticos puestos a disposición del usuario en un determinado destino para su disfrute y consumo. Sin embargo, desde un enfoque macroeconómico, el turismo es visto como un motor de crecimiento económico que permite el ingreso de divisas a una nación.

El autor concluye que el turismo no constituye una actividad económica en sí misma, sino un estimulante de actividades económicas que genera fuertes implicancias en las relaciones sociales entre los actores involucrados

Siguiendo con esta idea, Almirón (2004) indica que el turismo involucra desde esta óptica clásica tres elementos fundamentales: el lugar de origen del turista (la demanda), el lugar de destino (la oferta) y al turista (el consumidor). La autora critica esta concepción del turismo como actividad económica entendiendo que el mismo va más allá del simple desplazamiento físico de personas, y afirma que el turismo es ante todo un fenómeno social con implicancias territoriales específicas.

En resumen, podría decirse que el turismo es una práctica social consolidada a partir del desarrollo del capitalismo (Bertonecello, 2002), y como toda práctica social no es estática, sino que evoluciona. El turismo se construye en la práctica misma de la actividad, dado que en cada momento histórico se lo hace propio al momento de ejercerlo.

Como práctica social tiene implicancias en el plano sociocultural, económico y geopolítico (Gliemmo, 2014). Es decir, el turismo es un fenómeno multidimensional y para comprender el entramado de miradas e impactos que el mismo conlleva es necesario reconocerlo como un conjunto complejo de fenómenos económicos, sociales y culturales (Catalano, 2015).

Esto demuestra la dificultad de llegar a una definición única del turismo, ya que como práctica social se trata de un fenómeno dinámico perteneciente a un campo de conocimiento multidisciplinar.

## Tematización de la oferta turística

Si bien resulta difícil definir la tematización de la oferta turística como tal, varios autores han escrito sobre el tema y presentan similitudes significativas en sus planteos. Así por ejemplo Maciel (2011) la define como una tendencia en la cual ciertas singularidades del patrimonio local son incorporadas a la oferta y representadas en torno a una única unidad conceptual. Según el autor, la producción de experiencias temáticas requiere recurrir a la dramaturgia del servicio, esto es la composición y representación de historias sobre un escenario, y aplicarla al proceso productivo a fin de transmitir un contenido simbólico que genere oportunidades de diferenciación al destino.

Tresserras (2004), en cambio, la define no como una tendencia sino como una estrategia clave en las políticas de desarrollo local que permite direccionar a la oferta turística bajo el mismo hilo conductor. Al igual que Maciel, también sostiene que la tematización de la oferta constituye una herramienta para la diferenciación del destino con respecto a sus competidores, lo que conlleva a un mejor posicionamiento en el mercado. El autor cita varios ejemplos internacionales, como es el caso de las Art Cities en Europa, la Red de Juderías Españolas y el Camino de Santiago de Compostela (el cual se estudiará en el siguiente capítulo). Sobre estos tres casos indica que se tratan de iniciativas centradas en la promoción conjunta de los destinos con el objetivo de distribuir los flujos de visitantes de la forma más equitativa posible entre los destinos comprendidos por la misma temática.

Para Di Paola (2015), la tematización de la oferta se trata de una o varias acciones de gestión en las que se selecciona una temática particular del destino para posteriormente presentarla a través de una adecuada puesta en escena a un tipo de segmento de demanda específico. Definición que coincide con la de Antón Clavé (2004) quien entiende a la tematización e la oferta como el conjunto de acciones orientadas a la correcta comunicación e interpretación del recurso según las características de la demanda.

Ahora bien, la tematización de la oferta turística no necesariamente tendrá lugar en un único destino, también podría tratarse de un producto estructurado en forma de ruta o itinerario temático, como es el caso que se propone analizar en esta investigación. En ese caso, como indican Gordón Enríquez y Goyes Villarreal (2014), la oferta tematizada estará conformada por un conjunto de atractivos organizados en forma de red y capaces de motivar el desplazamiento de los visitantes a lo largo de la misma. A modo de ejemplo los autores proponen la "Ruta del Café", la cual exhibe un conjunto de atractivos característicos del área geográfica en la que se encuentra y comercializados en base a la temática del café.

Las rutas temáticas deben además presentar un alto grado de interconexión física y temática entre los recursos que la misma comprende, y su gestión debe tener énfasis en la cooperación y complementariedad de los sitios para ofrecer al visitante una imagen susceptible de ser comercializada en forma integrada (Zurita, 2010). De esta forma, lograr distribuir los beneficios económicos aportados por turismo a todos los integrantes de la red.

Las estrategias de tematización de la oferta se diferencia del clásico Parque Temático debido a que las rutas o itinerarios presentan como elementos básicos de su filosofía la autenticidad de los atractivos y los valores identitarios de la comunidad en la que se

encuentran (Cabado y Marco, 2001); mientras que los parques temáticos se especializan en la satisfacción de una demanda de ocio y diversión, por lo que su función es hacer que el visitante se sienta inmerso en un entorno diferente al cotidiano que puede ser real o ficticio (Maldonado Angulo, 2011). De todas formas, cabe aclarar que el concepto de Parque Temático requeriría de una descripción más amplia que no está prevista para la presente investigación.

Retomando el concepto de tematización de la oferta, se observa que las definiciones expuestas anteriormente presentan ciertas similitudes de las que pueden extraerse algunas conclusiones:

En primer lugar, el hecho de que la tematización de la oferta turística implica la selección de ciertos elementos culturales o naturales de la comunidad local para ser estructurados en torno a la misma temática o bajo el mismo hilo conductor. Estos elementos deben tener base en un valor socio-cultural compartido por los habitantes del destino (Bonney-Claudet, 2011), es decir que el tema seleccionado debe tener sentido para la comunidad local. Incluso, como indica Zurita (2010), el interés por parte de la población local sobre el circuito temático es la principal fuente de éxito de este tipo de productos.

Sin embargo, Di Paola (2015) advierte sobre los peligros de tematizar la oferta en base a algunos aspectos del patrimonio local a la vez que se invisibilizan otros, ya que según el autor, se estaría ofertando un producto fantasioso y no auténtico. A modo de ejemplo, el autor propone las clasificaciones o modalidades clásicas de turismo tales como “turismo de sol y playa”, “turismo de aventura”, “turismo cultural”, etc. las cuales se refieren a destinos que son vendidos al turista como productos especializados sin tener en cuenta la amplia complejidad de cuestiones que hacen a cada uno de estos lugares. Por este motivo, es necesario que la comunidad local se involucre en los procesos de planificación desde los inicios del proyecto.

En segundo lugar, la existencia de una coherencia de aplicación del tema a todos los aspectos del servicio o del producto ofrecido con la intención de devolver una imagen sólida al consumidor. Es decir, que el tema seleccionado debe tener sentido no solo para el local sino también para el turista.

Y por último, la necesidad de una puesta en escena o de la simulación que permitan agregar contenido simbólico a la experiencia del consumidor con la finalidad de diferenciar al destino de sus competidores. En ese sentido, Di Paola (2015) también sostiene que el destino corre el riesgo de caer en la falsificación si la puesta en escena se realiza de manera incorrecta, esto es proponiendo una interpretación del patrimonio que difiere de cómo es interpretado por la propia comunidad local.

Para concluir podría decirse entonces que la tematización de la oferta turística es la estrategia de gestión en la que se seleccionan ciertos aspectos identitarios de la comunidad local y se los comunica al consumidor como una única unidad conceptual a través de una puesta en escena e incorporando activamente a los sentidos mediante herramientas del marketing.

## **Ventajas de la tematización de la oferta**

Los autores hasta el momento mencionados coinciden en que una de las principales finalidades de la tematización de la oferta tiene que ver con el área del marketing, casi todos ellos hacen referencia a la mejora en la capacidad promocional del destino y, en el caso de tratarse de rutas temáticas, la posibilidad de llevar a cabo una promoción conjunta de los sitios. Las ventajas más evidentes de la tematización de la oferta en lo que se refiere a la comercialización y promoción del destino son: en primer lugar la oportunidad que esto supone para el sitio de adaptarse a los cambios en el comportamiento de la demanda y generar ventajas competitivas que le permitan diferenciarse de sus competidores (Bonney-Claudet, 2011), y en segundo lugar la posibilidad de redefinir su

imagen para los destinos que comienzan a declinar o que se encuentran estancados (Maldonado Angulo, 2011).

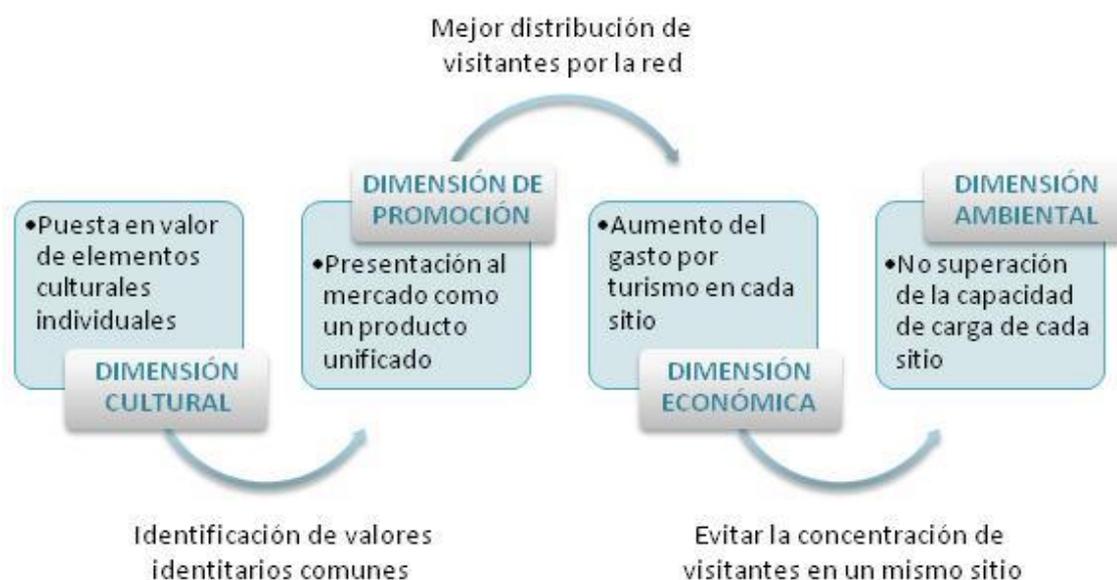
Lo anteriormente mencionado va de la mano con el plano económico. En este sentido, las principales ventajas de la tematización radican en la forma de gestionar los flujos de visitantes. En una primera instancia, como indica Antón Clavé (2000) haciendo referencia a las rutas temáticas, se promueve una mayor movilidad de visitantes entre los diferentes atractivos que comprenden el itinerario, fomentando el intercambio de visitantes de un destino a otro. Debido a esto el visitante debe permanecer más tiempo visitando no uno, sino varios de los atractivos que comprende la ruta, por lo que se ve obligado a extender su estadía y con ello también a aumentar el gasto (Maldonado Angulo, 2011).

Sin embargo, tematizar la oferta turística también supone importantes ventajas desde el punto de vista ambiental y cultural. En lo referente al área ambiental, la existencia de varios sitios con atractivos o recursos turísticos similares permite regular la concentración de visitantes en el destino, distribuyendo las presiones que éstos generan y garantizar la no superación de la capacidad de carga en los recursos más visitados (Observatorio del Caribe Colombiano, 2015).

Por último en el plano cultural, como bien se mencionó en el apartado previo, las rutas o itinerarios basados en una temática concreta exhiben un conjunto de atractivos que son propios del área geográfica que atraviesan y, como indica Bonnefoy-Claudet (2011) estos atractivos se basan en un valor socio-cultural compartido por los habitantes de esa región. Por lo que otra de las ventajas del uso de estrategias de tematización, es la puesta en valor de determinados valores culturales que son compartidos por las comunidades que tienen participación o que el mismo itinerario atraviesa en su recorrido, y asimismo, el reconocimiento por parte de dichas comunidades de la existencia de una identidad compartida.

En resumen, la tematización de la oferta presenta ventajas desde cuatro dimensiones diferentes: la del marketing y la promoción, la económica, la ambiental y la cultural. Estas cuatro dimensiones, como se observa en el cuadro N° 1, se entrelazan y se complementan entre sí, de modo que una fomenta a la otra.

**Cuadro N° 1: Ventajas de la tematización de la oferta turística**



Fuente: Elaboración propia.

En el plano cultural, el uso de estrategias de tematización de la oferta contribuye a la puesta en valor de las singularidades del patrimonio individual y propio de cada uno de los atractivos que componen el conjunto, a la vez que se identifican ciertos valores compartidos en pos de la construcción de una identidad común. Estas singularidades individuales deben ser presentadas al mercado como un todo que refleje el valor identitario compartido, que será el eje temático del circuito, por lo que en este sentido, en el plano de la promoción, la principal ventaja del uso de estrategias de tematización de la oferta se ve reflejada en la oportunidad que esto presenta para la promoción conjunta de varios puntos o atractivos pertenecientes a la misma red. A su vez, el hecho de promocionar de forma conjunta permite estructurar los flujos de visitantes, incitando a estos a que visiten no uno sino todos los sitios que conforman esta red y de esta forma aumenten el gasto por turismo (plano económico). El hecho de gestionar los flujos nos direcciona al área ambiental, ya que un adecuado manejo en este sentido permite distribuir la cantidad de visitantes en cada uno de los sitios o atractivos de la ruta, contribuyendo a aliviar la concentración de visitantes en el mismo sitio y garantizando la no superación de la capacidad de carga en los mismos.

## **Planificación: su importancia como herramienta de desarrollo**

Debido a que en la presente investigación se propone analizar a la tematización de la oferta como una estrategia de integración regional en el denominado “Circuito Integrado Misiones Jesuíticas”, se tomarán en cuenta para esta sección las definiciones de circuitos o rutas temáticas mencionadas anteriormente.

Para retomar dicho concepto es conveniente citar la definición propuesta por Antón Clavé (2000), quien define las rutas temáticas como el resultado de asociaciones entre agentes en las que a partir del establecimiento de estrategias turísticas y territoriales se pretende ofrecer una lectura coherente y unificada de los recursos que son puestos en valor.

El mencionado autor señala como un factor de éxito clave para su desarrollo la existencia de sistemas de gestión, de coordinación y de cooperación entre los agentes públicos y privados con intereses sobre la ruta. Una adecuada planificación en este sentido podría conseguir satisfacer al turista e incentivarlo a que repita su visita en el mismo destino o a que pruebe otro destino dentro de la propia red (Tresserras, 2004 b), mientras que una mala gestión podría afectar tanto a la integridad del bien patrimonial como al mix del producto, su imagen y su estrategia comercial (Maldonado Angulo, 2011).

Según esta última autora, las autoridades implicadas deben considerar al momento de diseñar un producto temático ciertas exigencias estructurales, es decir garantizar los servicios básicos y la infraestructura necesaria para el desarrollo del turismo. Para lo cual es necesario que se establezcan espacios de diálogo a fin de elaborar un plan de acción común que favorezca la coordinación y la cooperación entre los destinos o sitios que conforman la red.

Cabe además señalar, tal y como indica Zurita (2010), que la posibilidad de éxito del circuito temático recae en el interés que la población local tenga sobre él, por lo que resulta primordial generar ámbitos de participación social en los que se considere verdaderamente los intereses de la comunidad. El autor hace hincapié en esta idea ya que el reconocimiento y la correcta interpretación de los valores locales en la planificación del proyecto desde sus inicios favorece a la integración regional desde el punto de vista social.

## **Integración regional. Teorías y tipos de integración**

Resulta conveniente comenzar esta sección aclarando qué se entiende por región. Oyarzún Serrano, (2008) la define como el conjunto limitado de Estados con un alto grado de interdependencia (principalmente económica) entre ellos, proximidad geográfica y marcada homogeneidad en cuanto a sus sistemas económicos, religión, idioma, niveles de desarrollo, etc. Desde el punto de vista económico, las regiones pueden definirse por la existencia de cierto nivel de convergencia macroeconómica pudiendo abarcar tanto a un

grupo de países como un conjunto de subregiones nacionales de países cercanos geográficamente (Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, 2011). La autora mencionada al inicio, distingue además los conceptos de regionalización y regionalismo. En cuanto al primero lo define como el conjunto de procesos que permiten la intensificación de las relaciones entre actores estatales y no estatales que forman parte de la región, mientras que al regionalismo lo entiende como el proyecto político surgido como una posibilidad de hacer frente a los problemas globales y que posibilita un mayor nivel de coordinación y formulación de objetivos comunes (Oyarzún Serrano, 2008). Es decir que el regionalismo comprende los procesos de integración regional que permiten establecer medidas de cooperación, coordinación e integración de distintas políticas en función de intereses y objetivos comunes a la región.

La integración regional ha definido el comercio internacional en el período posterior a la Segunda Guerra Mundial, habiendo surgido como un medio de defensa a las acciones liberalizadoras promovidas por Estados Unidos (Botto, 2003) y se trata de un fenómeno gradual y progresivo entre dos o más Estados generado en base a un plan de acción común (Feldstein de Cárdenas, 2008). Debido a su carácter multidimensional, es posible clasificar este fenómeno en tres áreas o dimensiones: la política, la económica y la social (Oyarzún Serrano, 2008). La primera, explica la autora, se asocia a la toma de decisiones y a la búsqueda de cohesión entre los Estados para responder de forma conjunta a los desafíos de la era de la globalización. La integración económica tiene como objetivo último la conformación de un mercado común mediante la eliminación de barreras comerciales. Y por último, la integración social tiene que ver con la creación de una identidad común y sentimientos de pertenencia dentro de la unidad regional.

Existen diferentes corrientes de pensamiento en cuanto a lo que se entiende por integración regional. En principio puede definirse como la decisión política tomada por dos o más Estados de unirse para el logro de objetivos comunes y la resolución de problemáticas mediante un accionar conjunto. Como indican Malamud, y Schmitter (2006), los procesos de integración regional son impulsados por la convergencia de intereses entre los Estados que conforman la región, por lo que resultan ser más que la simple eliminación de barreras comerciales. Según los autores, avanzar en una verdadera integración regional implica la formulación de objetivos y la creación de políticas comunes para la resolución de problemáticas colectivas.

En ese sentido, Bouzas, y Fanelli (2002) distinguen cuatro categorías que implican un grado creciente de compromiso y marcan diferentes fases o niveles de integración regional:

- Zonas de Libre Comercio: esta categoría requiere el menor grado de compromiso por parte de los Estados del acuerdo. Consiste en otorgar al país socio un trato diferencial con respecto a terceros a través de reducciones en las tarifas de comercio en determinados bienes y la eliminación de las barreras arancelarias, aunque cada Estado es libre de establecer sus propios aranceles con terceras naciones.
- Uniones aduaneras: todos los Estados que pertenecen a la región fijan un arancel externo común, permitiendo de esta forma la unificación de la política comercial. Esto exige acordar políticas comerciales de largo plazo y avanzar en la construcción de instituciones y legislaciones comunes.
- Mercados comunes: representa un paso adicional con respecto al nivel anterior ya que se le suma la libertad de movimiento de los factores productivos, en especial el factor trabajo.
- Uniones monetarias y económicas: es el último paso para una integración regional, en este nivel se agrega el establecimiento de una moneda única para realizar las transacciones, es decir fijar un tipo de cambio común. Esto implica resignar la posibilidad de depreciar la moneda para aumentar la competitividad del país.

Como ya se mencionó, estas categorías definen distintos grados de integración regional de acuerdo al grado de compromiso que los países establezcan en materia económica y

política. Por lo que si bien una zona de libre comercio es un paso hacia la integración no resulta del todo suficiente. Para seguir avanzando en ello es necesario ir más allá de la eliminación de barreras comerciales y promover la creación de políticas comunes para regular y distribuir los beneficios de manera uniforme. Asimismo cabe recalcar que los principales factores que hacen posible la integración regional tienen que ver, por un lado, con el reconocimiento en el plano político de situaciones que puedan resolverse con el planteo de objetivos comunes, y por el otro, con la identificación de un legado cultural y una historia en común (Sunkel, 1998).

En ese sentido, como indica del Huerto Romero (2002), los países enfrentan nuevos roles, funciones y desafíos en un contexto de integración regional que obligan a las autoridades de cada nación a establecer estrategias de participación activa en la construcción de la región. Estas estrategias, señala la autora, tienen que ver con la inclusión de la dimensión regional a los planes estratégicos locales, la adaptación de la administración pública local a los desafíos del espacio integrado y el desarrollo de formas de gestión territorial fundadas en base a la cooperación y coordinación del trabajo en red que a la vez tengan en cuenta las iniciativas individuales.

## **MERCOSUR. Una aproximación general a un bloque complejo**

La tendencia hacia la unión y creación de vínculos entre países Latinoamericanos se explica por la existencia de una identidad cultural común, que involucra el pasado indígena y colonial; y por el interés en los beneficios que genera la cooperación económica e institucional para hacer frente a la dependencia de los países centrales (Morgante, y Dupuy, 2010).

Según lo expuesto en su *Sitio Web Oficial (MERCOSUR, 2019)*, el *Mercado Común del Sur (MERCOSUR)* es un proyecto de integración económica entre Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, como Estados fundadores, a los cuales se adhirieron Venezuela y Bolivia. Venezuela fue el primer Estado en adherir al bloque en el año 2006, pero actualmente se encuentra suspendida en todos los derechos y obligaciones como miembro. Bolivia, en cambio, aún se encuentra en vías de incorporación, por lo que hoy en día solo tiene derecho a voz en las reuniones de foros y órganos decisorios del MERCOSUR. Este bloque cuenta además con los siguientes Estados Asociados: Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Guyana y Surinam. Éstos mantienen acuerdos de libre comercio con el bloque y están autorizados a participar de reuniones de los órganos que traten temas de interés común.

El MERCOSUR fue creado con el objetivo de aumentar el grado de competitividad económica de los países anteriormente mencionados en el mercado internacional mediante la coordinación de sus políticas macroeconómicas (Morgante, 2003). Otras razones que impulsaron la creación del bloque MERCOSUR tienen que ver con el anhelo de disolver toda hipótesis de conflicto que pudiera prevalecer luego de las dictaduras militares, especialmente entre Argentina y Brasil, y fortalecer las incipientes democracias de estos dos países, lo cual se encuentra estipulado en el Acta de Integración Argentino Brasileña de 1986 (Botto, 2003).

Este bloque se constituyó bajo la modalidad de un Regionalismo Abierto, la cual permitió a los países miembros tener un comportamiento modificable en el tiempo sin abandonar los principios a los cuales habían adherido (Ramos y Silva, 2005). El sitio web oficial del MERCOSUR (MERCOSUR, 2019) especifica que con la constitución del Mercado Común los países miembros deben comprometerse a:

- Garantizar la libre circulación de bienes, servicios y factores productivos a través de la eliminación de los derechos aduaneros,
- Establecer un arancel externo común y adoptar una única política comercial con respecto a terceros países,
- Y a coordinar políticas macroeconómicas y sectoriales entre los Estados Parte a fin de asegurar las condiciones adecuadas de competencia entre ellos.

En el apartado anterior se mencionaron cuatro etapas o categorías de integración regional: zonas de libre comercio, uniones aduaneras, mercados comunes y uniones monetarias. Cada etapa marca un grado mayor de compromiso por parte de los estados involucrados para la integración regional. En ese sentido, Ramos y Silva (2005) afirman que a pesar de que el bloque se constituyó como un mercado común, presenta las características de una unión aduanera imperfecta debido a que no ha logrado poner en práctica la coordinación de políticas macroeconómicas y la adopción de acuerdos sectoriales.

Esto se debe, principalmente, al grado de importancia que los gobiernos de los diferentes Estados Parte le han dado al proceso de integración regional a lo largo de la historia. Tal como indican Bembi y Geneyrob (2018), la profundidad del modelo de integración regional ha transitado por diversas etapas según el perfil ideológico predominante en cada ciclo, siendo el reflejo de las decisiones políticas que los gobiernos nacionales han tomado según las realidades individuales internas. Además, Mondelli (2018) indica que existen también asimetrías estructurales en términos de participación social y redistribución de la riqueza que generan que el poder se concentre principalmente en Brasil. El autor también resalta las complejidades del bloque en cuanto a la coordinación de múltiples niveles de acción y de niveles institucionales de carácter interestatal.

En resumen, el MERCOSUR resulta un bloque regional complejo, con obstáculos propios no solo del bloque en sí mismo sino también de la situación política de los diferentes países que lo conforman. Sin duda, el éxito del MERCOSUR estará definido por la voluntad política de los Estados Parte para la creación de políticas a largo plazo y la continuidad en el tiempo de las medidas establecidas.

## **Turismo como factor de integración regional**

La importancia del turismo para el proceso de integración regional radica en que, como indica Catalano, (2015, 2017) permite establecer un nexo entre los diferentes actores involucrados en el sector. Según la autora, los encuentros e interacciones entre turistas y residentes que se generan en un destino turístico favorecen la integración social y cultural de los pueblos de una región, transformando al turismo en un factor relevante para su consolidación. Es por eso que para estudiar la relación entre las variables turismo, integración regional y MERCOSUR, la autora hace hincapié en el análisis de los flujos de turismo receptivo intra regional en los países miembro del bloque para poder entender la distribución de turistas extranjeros dentro del MERCOSUR según su país de origen. Su estudio concluye que el turismo representa un importante factor de integración social debido a que permite fomentar la relación turista-residente, creando vínculos entre los Estados Parte del bloque.

En ese sentido, Sausi y Oddone (2010), afirman que en la construcción de una unidad de integración regional es necesario fomentar la participación de la comunidad local en el proceso de integración regional para que el mismo sea generado tanto en un sentido vertical descendente como ascendente. Esto quiere decir que la verdadera integración regional no debe limitarse a la práctica de acuerdos de cooperación internacional, sino que debe surgir desde el ciudadano y desde las autoridades políticas más cercanas a él.

Sin embargo, para entender la dimensión política del proceso de integración regional, este análisis cuantitativo del flujo de turistas resulta insuficiente. Por este motivo, Sausi y Oddone (2010) también hacen referencia a la importancia de la creación de un marco institucional común y de la existencia de políticas que fomenten la complementariedad para el desarrollo de infraestructura turística y la comercialización conjunta productos turísticos.

En cuanto a la dimensión social, Viva (2011) indaga acerca de la importancia de la cultura en el proceso de integración alegando que es la única capaz de articular una unión perdurable entre los pueblos. Habla de un proceso de integración por vías de la cultura que trata, no de la unificación de la cultura en sí misma, sino de llevar a la integración a partir del reconocimiento de las diferencias y similitudes culturales entre los pueblos de la región.

La autora sostiene que, para el caso específico del MERCOSUR, los elementos culturales compartidos radican en el pasado indígena, el entorno selvático y el legado guaraní. En ese sentido las Misiones Jesuítico Guaraníes surgen como un importante elemento en la conjunción cultural del bloque. Catalano (s.f.) afirma que el ideal evangélico profesado por la Orden Jesuita era de por sí integrador, ya que los jesuitas no solo estudiaron y difundieron la cultura guaraní, sino que también la respetaron y adoptaron como forma de vida cotidiana dentro de las Misiones Jesuítico Guaraníes.

Sin embargo, no hay que olvidar que las reducciones jesuitas fueron parte de una estrategia de dominación que tenía como finalidad imponer el cristianismo, si bien, y como indica Heguy (2009), la popularidad de este modelo consistió en reemplazar la violencia despiadada utilizada en otras formas de colonización por la implementación de un modelo de vida sedentario y “organizado” desde el punto de vista occidental. De esta forma se produjo un sincretismo entre ambas culturas, la colonizadora y la colonizada, que permitió que no se erradicaran completamente algunas cuestiones culturales, de lenguaje y de formas de vida guaraní, que fueron heredadas de generación en generación hasta la actualidad.

Es necesario tener en cuenta que, como se verá más adelante en este trabajo, las parcialidades guaraníes reducidas por los jesuitas fueron los Tupí Guaraníes, mientras la que hoy en día puebla la provincia de misiones y sus alrededores es la parcialidad Mbyá Guaraní. Esta última se opuso al proceso de evangelización jesuita, logrando mantenerse distante de la sociedad blanca durante todo el período colonial refugiándose en los montes (Wilde, 2007).

Otra cuestión para resaltar es el predominio de la lengua guaraní durante la época precolonial. La parcialidad Tupí Guaraní mantuvo una extensa proyección geográfica, llevando la lengua guaraní a todos los pueblos que habitaron el este de la Cordillera de los Andes, desde el Caribe hasta el Río de La Plata (Fernández, 2007). En otras palabras, si bien hoy en día la región cuenta con el español y el portugués como lenguas oficiales, previo a la conquista esta área estaba bajo la influencia del guaraní.

En resumen, algunos de estos elementos culturales, aún bajo la influencia occidental colonizadora, se han transmitido a lo largo de las generaciones hasta la actualidad. Hoy en día se intenta retomar ese patrimonio cultural como recurso a ser revalorizado y también para ser visibilizado a través del turismo. Por tal motivo, se han llevado a cabo diversas iniciativas a nivel supranacional y también a nivel unilateral o bilateral por parte de las autoridades de aplicación del turismo en los países miembros del MERCOSUR, y que estarían atravesadas indirectamente por un ánimo de contribuir a los procesos de integración regional a través del turismo (Catalano, s.f.).

## **Patrimonio. Definiciones y relación con el turismo. Su contribución al proceso de integración regional.**

Para la presente investigación se tomará como caso de estudio el denominado “Circuito Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes”, el cual forma parte de una ruta de carácter transfronterizo que reúne el patrimonio jesuítico – guaraní de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay.

Es preciso por eso señalar qué se entiende por patrimonio. Puede ser definido como el conjunto de bienes (naturales, culturales, materiales e inmateriales) que constituyen el acervo de una sociedad, formando parte de su cultura y de sus valores identitarios (Bertoncello, Castro y Zusman, 2003). Pero esta definición sitúa al patrimonio como un elemento heredado, algo que permite conectar el pasado con el presente, entendiéndolo como un objeto estático que no se puede modificar. Sin embargo, como indican Troncoso, y Almiron (2005), el patrimonio mantiene estrechos vínculos con la actualidad, ya que no solo proviene de aquello que se hereda, sino que es definido en el presente y puede redefinirse al transcurrir el tiempo. Las autoras indican que la construcción del patrimonio

es el resultado de un proceso de selección llevado a cabo por la sociedad actual, que responde a demandas, intereses, valores e ideologías de las sociedades contemporáneas. Muchas veces el proceso de activación patrimonial o de construcción del patrimonio está fuertemente condicionado por la demanda turística (Bertoncello, Almiron, y Troncoso, 2006), la cual desde las últimas décadas del siglo XX exige cada vez más una modalidad de turismo basada en la cultura y en los objetos y lugares valorizados como patrimonio (Troncoso, y Almiron, 2005). Como indica Martín de la Rosa (2003), la aparición de un nuevo turista, interesado en maximizar el contacto con la cultura local y por participar de nuevas experiencias culturales, provoca que los destinos tradicionales tengan que adaptarse para cumplir con los nuevos requerimientos de la demanda. Esto lleva a la búsqueda de elementos patrimoniales susceptibles de ser convertidos en atractivos turísticos, proceso que permite reforzar o redefinir el patrimonio de una sociedad, participando así en la conformación o transformación de su identidad (Bertoncello, Castro y Zusman, 2003).

Por lo tanto, puede afirmarse que la relación entre el patrimonio y el turismo presenta tanto ventajas como desventajas. Los autores previamente mencionados indican que, por un lado, el turismo permite la valorización y divulgación del patrimonio, lo cual puede fomentar el desarrollo de estrategias para su preservación. Además, los beneficios económicos generados por el turismo pueden contribuir a su gestión y protección (Bertoncello, Castro y Zusman, 2003). Otras oportunidades que se generan en la relación turismo – patrimonio tienen que ver, por ejemplo, con la diversificación de la oferta, ya que la incorporación de un nuevo atractivo turístico basado en el patrimonio permite captar nuevos segmentos de demanda (Conti, y Cravero Igarza, 2010).

Pero por otro lado, el desarrollo del turismo puede ocasionar el deterioro ambiental al no respetar la capacidad de carga, provocar conflictos culturales derivados de la relación entre el turista y el residente (Bertoncello, Castro y Zusman, 2003), generar amenazas a la autenticidad o al significado de los sitios patrimoniales (la alteración de sus valores) e incluso iniciar un proceso de expulsión de los habitantes locales (gentrificación) (Conti, y Cravero Igarza, 2010).

Por otra parte, en cuanto a la relación patrimonio – integración regional, Comparato (2016), expone en su tesis de maestría las potencialidades y oportunidades del uso turístico del patrimonio como método para fomentar la integración regional. Su hipótesis se basa en la idea de que el uso turístico del patrimonio contribuye a la integración regional debido a la capacidad del turismo, por un lado, para aumentar la interacción entre personas del mismo bloque, y por el otro, para fomentar el sentido de pertenencia regional.

El patrimonio, debido a la carga simbólica que posee, constituye una importante herramienta para legitimar identidades ya sean locales, nacionales o regionales, afianzando o asegurando el sentido de pertenencia a un lugar (Comparato, 2018).

La tesis concluye que el uso turístico del patrimonio fomenta la integración regional desde tres dimensiones:

- En primer lugar, desde la mirada socioeconómica, el desarrollo del turismo en un sitio patrimonial permite la generación de empleo y el aumento de los ingresos económicos. Esto permite no solo contribuir a la protección y gestión de dicho patrimonio sino también al crecimiento económico de la región.
- En segundo lugar, desde el plano simbólico, el uso turístico del patrimonio contribuye a la difusión de valores y a la identificación de un “nosotros” que permite reforzar la construcción de una identidad común en un proceso de integración regional.
- Por último, desde la dimensión de la movilidad de personas o de turistas, se generan interacciones turista – residente que provocan la necesidad de gestionarse bajo la órbita de políticas turísticas conjuntas.

En resumen, el uso turístico del patrimonio puede ser aprovechado tanto como promotor de valores comunes como herramienta para la identificación colectiva de una identidad común y para el refuerzo del sentido de pertenencia de las generaciones presentes y futuras de una región (Comparato, 2018).

# Metodología

---

El trabajo consistió en una investigación de tipo descriptiva, analítica y explicativa, en la que se pretendió detallar las características generales del problema de estudio y exponer las causas y consecuencias del mismo. Se espera que dicha investigación pueda servir como antecedente a estudios de tipo cuantitativo.

Para el logro de los objetivos propuestos se dividió al trabajo en dos etapas. En una primera instancia se reflexionó sobre conceptos vinculados a las diferentes teorías de integración regional y específicamente a las estrategias de tematización de la oferta turística como favorecedoras del proceso de integración. Esta etapa consistió en la elaboración de un marco teórico mediante la recopilación de fuentes secundarias y bibliografía existente. En la segunda etapa se trabajó sobre el denominado Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes, elegido como caso de estudio. Se elaboró una caracterización del caso a partir de búsqueda bibliográfica y utilizando como método secundario la recopilación de elementos visuales como mapas y planos de la región. También se realizaron entrevistas a cuatro informantes clave:

- Gabriel Comparato, Licenciado en Turismo, especialista en Políticas de Integración y magíster en Integración Latinoamericana en la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), docente e investigador de la ya mencionada unidad académica y de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE), y consultor turístico.
- Silvia Liliana Paredes, Licenciada en Turismo en la Universidad Nacional de Misiones (UNAM), en la que también se desempeña como docente e investigadora.
- Claudia Mabel Abelen, graduada en Turismo y Comunicación en la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) y magíster en Alto Gerenciamiento en Planificación de Sectores Público y Privado, en la Universidad Internacional de Andalucía.(UNIA).
- Marta Antônia Benatti, relacionista pública de la Universidad de Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), consultora de mercado en SEBRAE (Servicio Brasileiro de Apoyo a Micro y Pequeñas Empresas) y una de las cuatro socias fundadoras de la operadora turística Caminho das Missões con sede en Santo Ângelo.

Se hizo un mayor hincapié en la descripción y el análisis de la gestión turística en el circuito, el entramado institucional que se encarga de llevarla a cabo y el tipo de estrategias utilizadas para favorecer al desarrollo de la región en conjunto y contribuir al proceso de integración regional. Para ello se estudiaron documentos de tipo normativos producidos por órganos internacionales, como MERCOSUR y UNESCO, vinculados directa o indirectamente al manejo del turismo en el mencionado circuito, así como planes de gestión a nivel nacional y provincial elaborados por los estados involucrados.

En cuanto a las entrevistas, se realizaron de forma semi estructurada y de respuesta abierta (Valles, M., 1999), lo cual permitió al entrevistado responder de forma libre y explayarse a la hora de expresar sus opiniones, pero a la vez, se pudo mantener un eje temático sobre las cuestiones más relevantes que se pretendían indagar. Mediante este método se logró contrastar la información obtenida por medio de la recopilación bibliográfica con los datos brindados por los entrevistados. La técnica sirvió, fundamentalmente, para el cumplimiento del último objetivo específico ya que permitió corroborar si las acciones propuestas en los planes de gestión se llevaron a cabo efectivamente en el Circuito Integrado Misiones Jesuíticas.

# Capítulo 1.

## 1.1 Mercosur. Historia y tratados constitutivos.

Según lo expuesto en su Sitio Web Oficial (MERCOSUR, 2020), el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) es un proyecto de integración económica entre Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, como Estados fundadores, a los cuales se adhirieron Venezuela y Bolivia. Venezuela fue el primer Estado en adherir al bloque en el año 2006, pero actualmente se encuentra suspendida en todos los derechos y obligaciones como miembro. Bolivia, en cambio, aún se encuentra en vías de incorporación por los congresos de los Estados Parte, por lo que hoy en día solo tiene derecho a voz en las reuniones de foros y órganos decisorios del MERCOSUR.

Como se observa en el cuadro N° 2, este bloque cuenta además con los siguientes Estados Asociados: Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Guyana y Surinam. Éstos mantienen acuerdos de libre comercio con el bloque y están autorizados a participar de reuniones de los órganos que traten temas de interés común.

**Cuadro N° 2: Estados Parte y Estados Asociados del Mercosur**



Fuente: Sitio Web oficial del MERCOSUR (MERCOSUR, s.f.)

Constituido con la modalidad de Regionalismo Abierto (Ramos y Silva, 2005), este bloque, según el sitio web oficial del MERCOSUR, tiene como principales objetivos garantizar la libre circulación de bienes, servicios y factores productivos a través de la eliminación de los derechos aduaneros; establecer un arancel externo común y adoptar una única política comercial con respecto a terceros países; y coordinar políticas macroeconómicas y sectoriales entre los Estados Parte a fin de asegurar las condiciones adecuadas de competencia entre ellos (MERCOSUR, 2019).

Sin embargo, el MERCOSUR nunca logró establecerse como un mercado común debido a que no ha logrado poner en práctica la coordinación de políticas macroeconómicas y la adopción de acuerdos sectoriales, por lo que en realidad presenta las características de una unión aduanera imperfecta (Ramos y Silva, 2005). Esto se debe, principalmente, al grado de importancia que los gobiernos de los diferentes Estados Parte le han ido dando al proceso de integración regional a lo largo de la historia. Tal como indican Bembi y Geneyrob (2018), la profundidad del modelo de integración regional ha transitado por diversas etapas, según el perfil ideológico predominante en cada ciclo, siendo el reflejo de las decisiones políticas que los gobiernos nacionales han tomado según las realidades individuales internas.

La historia del MERCOSUR estuvo muy marcada por las sucesivas crisis que afectaron a los países que lo integran durante la década del 90 luego de la constitución del bloque. Como indican Morgante y Dupuy (2010), las circunstancias económicas que atravesaban los países de la región no permitieron que el bloque se insertara en el mercado internacional, por lo que la concreción de políticas macroeconómicas de integración regional dejó de ser una prioridad para las economías nacionales.

El pasado del MERCOSUR se remonta a la firma del Tratado de Asunción en 1991, que dio origen al Mercado Común del Sur, en ese entonces solamente conformado por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. Sin embargo, los autores mencionados anteriormente señalan que ya desde mediados de la década del 80 la llegada de la democracia en Argentina y Brasil generó la necesidad de llevar a cabo acuerdos de integración bilateral. Estas intenciones se vieron plasmadas en la Declaración de Iguazú (1985) por la que ambos países manifestaron la voluntad de iniciar procesos de integración regional a fin de reducir las tensiones políticas y sociales, hecho que se concretó al año siguiente mediante el Acuerdo para el Programa de Integración y Cooperación Económica (1986) que estableció las acciones a seguir para una coordinación económica gradual basada en la complementariedad industrial y en tratamientos preferenciales frente a terceros mercados (Morgante y Dupuy, 2010). Esto promovió el interés de los demás países de la región por participar de los acuerdos integracionistas (Caetano, 2011).

Como indica este último autor, recién en 1991 la firma del Tratado de Asunción logró constituir al MERCOSUR como tal, habiéndose sumado Uruguay y Paraguay, con un perfil de integración netamente comercial y una institucionalidad intergubernamental. A la firma de este tratado le siguió un periodo de transición orientado a la creación de una primera organización institucional (Caetano, 2011).

Hacia el año 1994 con la firma del Tratado de Ouro Preto quedó garantizado el marco jurídico y normativo esencial del bloque (Morgante, 2003). Este tratado estableció la creación de una Comisión de Comercio del Mercosur (CCM) como órgano decisorio del bloque; una Comisión Parlamentaria Conjunta (CPC) y un Foro Consultivo Económico y Social (FCES) como órganos consultivos; y a los Subgrupos de Trabajo (SGT), los Comités Técnicos, las Reuniones Especializadas y las Reuniones de Ministros como instancias auxiliares dependientes de la Comisión de Comercio del MERCOSUR y del Grupo Mercado Común, por lo que es posible afirmar que con el Tratado de Ouro Preto se dio por concluida la etapa de consolidación institucional del MERCOSUR (Caetano, 2011).

**Cuadro Nº 3: Mapa y logo del MERCOSUR**



Fuente: Sitio Web oficial del MERCOSUR (MERCOSUR, s.f.)

Alguno de los tratados y acontecimientos más importantes para la historia del bloque se detallan en la página web oficial del MERCOSUR (MERCOSUR, 2019), entre ellos:

- La creación del Fondo para la Convergencia Estructural del MERCOSUR (FOCEM), el cual funciona como un mecanismo solidario de financiamiento propio del bloque y tiene como objetivo principal la reducción de asimetrías entre los países miembros.
- La creación del Parlamento del MERCOSUR (PARLASUR) en el año 2005 que reemplazó a la Comisión Parlamentaria Conjunta.
- La adhesión al MERCOSUR de Venezuela en el año 2006. Actualmente el país se encuentra suspendido del derecho a participar en todos los órganos del bloque y también privado de todos los derechos y obligaciones inherentes a su condición de Estado Parte debido a la ruptura del orden democrático, según lo estipulado por el Protocolo de Ushuaia de 1998.
- La adhesión al MERCOSUR de Bolivia en el año 2015, la cual aún se encuentra en proceso.

A pesar de las innovaciones y avances planteados anteriormente, el MERCOSUR tiene aún un largo camino que recorrer en cuanto al establecimiento de políticas y medidas concretas para la integración regional. Como indica Mondelli (2018), uno de los principales impedimentos que presenta el bloque en ese sentido es la existencia de asimetrías políticas y económicas entre los Estados Parte. Por ello el autor afirma que resulta prioritario establecer medidas de coordinación macroeconómica a fin de equiparar las políticas económicas de las diferentes naciones involucradas y favorecer la distribución equitativa de los beneficios.

Para concluir, es posible señalar que el desafío que presenta el MERCOSUR de cara hacia el futuro es lograr el establecimiento de objetivos que permitan la resolución de problemáticas comunes a todo el bloque, sin limitarse exclusivamente a las estrategias de cooperación económica o acuerdos de comercio preferenciales. En ese sentido, Feldstein de Cárdenas (2008) señala que el MERCOSUR será capaz de subsistir a largo plazo siempre y cuando las estrategias de cooperación sean reemplazadas por estrategias de integración que permitan el desarrollo de políticas a nivel supranacional.

### **1.1.1 Organización institucional del bloque**

Según lo establecido en el Artículo 1° del “Protocolo de Ouro Preto” sobre la Estructura Institucional del MERCOSUR, existen tres órganos con capacidad decisoria: el Consejo del Mercado Común (CMC), el Grupo Mercado Común (GMC) y la Comisión de Comercio del MERCOSUR (CCM).

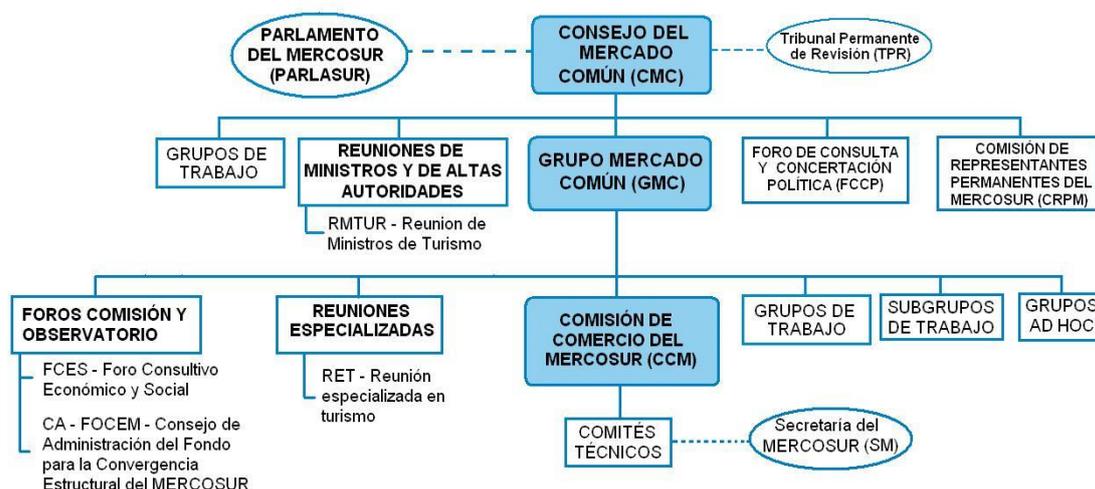
El Consejo del Mercado Común (CMC) es el órgano político superior a cargo de las funciones de conducción y toma de decisiones, y se encuentra integrado por los Ministros de Relaciones Exteriores y de Economía de cada uno de los Estados Parte (Wesner, 2004). El mismo conduce políticamente el proceso de integración, por lo que las Decisiones tomadas son de carácter obligatorio para los Estados Parte.

El Grupo Mercado Común (GMC) es el órgano ejecutivo que vela por el funcionamiento cotidiano del bloque y está integrado por cinco miembros titulares y cinco miembros alternos por cada país que son designados por sus respectivos Gobiernos (Mercosur, s.f.). Entre los órganos dependientes del GMC se encuentran los Grupos y Subgrupos de Trabajo, Las Reuniones Especializadas, los Grupos Ad Hoc y los Foros, Comisiones y Observatorios, como por ejemplo el Foro Consultivo Económico y Social (FCES) o el Consejo de Administración del Fondo para la Convergencia Estructural del MERCOSUR (CA- FOCEM) a los cuales se hará mención más adelante.

Y por último la Comisión de Comercio del MERCOSUR (CCM) es el órgano responsable de la aplicación y seguimiento de los instrumentos acordados en políticas comerciales comunes (Wesner, M. E., 2004). Su función es asistir al Grupo Mercado Común en temas relacionados al funcionamiento de la unión aduanera y a las políticas comerciales intra-

MERCOSUR y con terceros países. Está integrada por cuatro miembros titulares y cuatro miembros alternos por cada Estado Parte y es coordinada por los Ministerios de Relaciones Exteriores (Mercosur, s.f.). Este órgano cuenta con la asistencia de los denominados “Comités Técnicos” para el cumplimiento de sus tareas, los cuales cuentan con el apoyo de la Secretaría del MERCOSUR (SM) (cuadro N° 4).

**Cuadro N° 4: Organigrama del MERCOSUR**



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Sitio Web oficial MERCOSUR (MERCOSUR, s.f.)

Asistiendo a los tres órganos decisorios mencionados anteriormente existen más de 300 foros de negociación en las más diversas áreas, los cuales se integran por representantes de cada país miembro y promueven iniciativas para ser consideradas por los órganos decisorios (Mercosur, s.f.).

Así por ejemplo, y como puede observarse en el cuadro N° 4, el Consejo del Mercado Común (CMC) es coordinado por el Parlamento del MERCOSUR (PARLASUR), el cual sustituyó a la Comisión Parlamentaria Conjunta en el año 2005. El mismo es un órgano unicameral y de representación ciudadana que tiene la posibilidad de: emitir dictámenes sobre las normas enviadas por el CMC antes de su aprobación legislativa en los Estados Parte, emitir proyectos de normas para ser propuestas al CMC y realizar recomendaciones generales dirigidas a los órganos decisorios del MERCOSUR (Secretaría del MERCOSUR, 2015 a).

Como se mencionó anteriormente, el Foro Consultivo Económico y Social (FCES) y el Consejo de Administración del Fondo para la Convergencia Estructural del MERCOSUR (CA - FOCEM) son instancias dependientes del Grupo Mercado Común (GMC). El FCES se trata de un órgano consultivo, que tiene por objetivo la representación de los sectores no gubernamentales (Wesner, 2004). Sus principales funciones son, entre otras, promover el progreso económico y social del MERCOSUR, dar seguimiento y evaluar el impacto social y económico derivado de las políticas para la integración regional, proponer normas y políticas económicas y sociales en materia de integración y promover la participación de las sociedades en el proceso de integración regional (Mercosur, 2019).

En cuanto al Fondo para la Convergencia Estructural del MERCOSUR (FOCEM), puede afirmarse que constituye el principal marco para la reducción de las asimetrías económicas entre los países del bloque, al ser una de sus principales funciones promover la cohesión social de las economías menos desarrolladas (Secretaría del MERCOSUR, 2015 a). Se encuentra integrado por los aportes de los Estados Partes que son destinados al financiamiento de proyectos para el desarrollo de los distintos sectores económicos y para el fortalecimiento de la propia estructura institucional del bloque. El FOCEM se basa en un

sistema de aportes y distribución de recursos en forma inversa, es decir que los países con mayor desarrollo económico deben realizar un aporte mayor y los países con menor grado de desarrollo reciben mayores cantidades de recursos (Sec. del MERCOSUR, 2015 b).

Además de los órganos ya mencionados, existen los denominados Grupos de Trabajo, que pueden depender directamente del Consejo del Mercado Común o del Grupo Mercado Común según la relevancia que tengan los temas de los que traten. También existen Subgrupos de Trabajo y Grupos Ad Hoc para tratar temas específicos pero que dependen exclusivamente del Grupo Mercado Común.

### **1.1.2 El turismo en la estructura institucional del MERCOSUR**

En cuanto al tratamiento del sector turístico en la estructura del bloque, Wesner (2004) hace alusión a las Reuniones Especializadas y a las Reuniones de Ministros y de Altas Autoridades. Las Reuniones Especializadas, indica la autora, dependen del Grupo Mercado Común y conforman ámbitos de consulta y debate sobre temas específicos que no son tratados por ninguna de las temáticas de los grupos o subgrupos de trabajo, pero que requieren un seguimiento especial debido a su relevancia para el bloque. Las Reuniones de Ministros, llevadas a cabo por los Ministros o Autoridades competentes en el área de tratamiento, dependen del Consejo del Mercado Común y permiten establecer los lineamientos políticos sectoriales y coordinar acciones comunes en las áreas de su competencia (Comisión de Representantes Permanentes del MERCOSUR, 2016).

Existe tanto la Reunión Especializada en Turismo (RET) como la Reunión de Ministros de Turismo (RMTUR), como pudieron ser observadas en el cuadro N° 4. La RET posee una estructura propia dividida en cuatro Subcomités que tratan programas o modalidades de turismo diferentes: el Subcomité de Turismo Termal, el Subcomité Polo Turístico Iguazú, el Subcomité de Ecoturismo y el Subcomité de Misiones Jesuíticas (Wesner, 2004).

Sin embargo, y aunque el turismo sigue ganando espacios dentro de la estructura institucional del bloque, es posible observar que su tratamiento no es constante y por lo tanto tampoco lo son las medidas implementadas en las Reuniones Especializadas o en las Reuniones de Ministros. En ese sentido Comparato (2012) demuestra que el principal desafío del sector turístico en el futuro será llevar a cabo políticas de largo plazo y que fomenten el cumplimiento de objetivos comunes a toda la región.

Los autores Campodónico y Da Cunha (2009) concuerdan con esta visión y agregan que los diferentes productos turísticos compartidos por los países del bloque deberían ser lanzados al mercado de una forma complementaria a fin de que no compitan entre ellos. Los autores apuestan por la creación de propuestas conjuntas que permitirían apuntar al turismo internacional pero que a la vez mantendrían los rasgos peculiares de cada producto a nivel intra regional.

## **1.2 El Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes dentro de la estructura institucional del MERCOSUR**

El tratamiento del Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes en la estructura institucional del bloque correspondería asociarlo al área denominada "Mercosur Cultural".

La dimensión cultural no fue tomada en cuenta al momento de constitución del bloque ni se creó ningún subgrupo de trabajo especializado en el tema, pero a pesar de ello en el año 1992 se creó una Reunión Especializada sobre Cultura cuyos objetivos principales eran: brindar apoyo a emprendimientos culturales y artísticos conjuntos, y realizar acciones para salvaguardar el patrimonio histórico y cultural de la región (Comparato, 2018). Como indica el autor, hacia 1995 durante la ya mencionada Reunión Especializada en Cultura, se tomaron decisiones respecto al proyecto en aquel entonces denominado "Misiones

Jesuíticas: camino de integración", para el cual se creó un Comité Coordinador General; y a finales de 1996, con la firma del Protocolo de Integración Cultural del Mercosur, se logra institucionalizar el compromiso de los Estados respecto a la cultura como elemento primordial de integración regional.

Más tarde ese mismo año, se aprobaron una serie de proyectos culturales bajo el sello del denominado "Mercosur Cultural". Ya en el año 2012, durante la XXXV Reunión de Ministros de Cultura del Mercosur se aprobaron diversos proyectos, uno de los cuales fue el "Itinerario Cultural de las Misiones Jesuítico Guaraníes, Moxos y Chiquitos en el Mercosur".

Si bien en el ámbito del Mercosur Cultural no se tratan temas vinculados exclusivamente al turismo, es necesario mencionarlo debido a que bajo su órbita existe la categoría de Patrimonio Cultural del Mercosur desde el año 2012. Enmarcado en esta categoría el Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuítico Guaraníes, Moxos y Chiquitos pertenece desde el 2015 a la Lista de Patrimonio Cultural del Mercosur.

### **1.3 Antecedentes internacionales**

Merece la pena recordar algunos objetivos claves para el desarrollo de esta investigación. A lo largo del trabajo se pretendió, en primer lugar, ampliar el conocimiento sobre la aplicación de estrategias de tematización de la oferta para contribuir con los procesos de integración regional, mediante un análisis descriptivo y con un enfoque en aspectos conceptuales. En segundo lugar, en los próximos capítulos, se aplicarán estos conceptos teóricos al caso de estudio –Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes- con la intención de revelar si las estrategias de tematización implementadas en el mismo pueden o no contribuir con los objetivos de integración regional del Mercosur y al proceso de valoración turística de la región.

Con esto se pretende explicar de qué manera la elaboración y puesta en marcha de estrategias de tematización de la oferta turística requeriría pensar en una adecuada planificación, y esto a su vez exigiría a toda la región a establecer objetivos comunes y a resolverlos mediante la conformación de alianzas estratégicas a nivel institucional, económico y social. En ese sentido se resolvió estudiar casos de circuitos transfronterizos en varias partes del mundo, a fin de seleccionar tres ejemplos que cumplan con los enunciados antedichos.

Estos tres casos fueron seleccionados por haber sido declarados Patrimonio de la Humanidad por UNESCO, por presentar una temática concreta como hilo conductor, por involucrar a varias jurisdicciones y niveles administrativos tanto físicamente como para su gestión y por demostrar en sus planes de gestión la intención de contribuir a los procesos de integración regional por medio del turismo. Los mismos se consideran un ejemplo exitoso, del uso de estrategias de tematización de la oferta turística para contribuir a una integración de la región en términos culturales y económicos.

#### **1.3.1 Camino de Santiago de Compostela**

Aunque solo el tramo francés fue reconocido como Patrimonio de la Humanidad por UNESCO en 1993, el Camino de Santiago de Compostela involucra a Francia, España, Portugal, Bélgica e Italia, comprendiendo el camino utilizado antiguamente como ruta de peregrinación a Santiago de Compostela. Actualmente el camino cuenta con un importante patrimonio arquitectónico y un entorno natural y urbano que constituyen su principal atractivo turístico, pero sin embargo, y como afirman Serra Cabado y Pujol Marco (2001), su oferta temática radica en el valor intangible y el aspecto mítico y espiritual que motiva al peregrino a emprender el viaje.

Las peregrinaciones a Santiago de Compostela datan del siglo IX, y surgieron debido al mito sobre el descubrimiento de la tumba del apóstol Santiago. Como indican Pardellas y Padín (2014), el camino a Santiago de Compostela comenzó a atraer peregrinos de tierras próximas, convirtiéndose no solo en una ruta religiosa sino también en el punto de encuentro para las negociaciones entre Europa y la cristiandad peninsular. El camino constituía, según los autores, una vía de entrada para ideologías e intereses políticos y una importante vía comercial, transformándose así en una de las más importantes rutas de intercambio cultural de Europa.

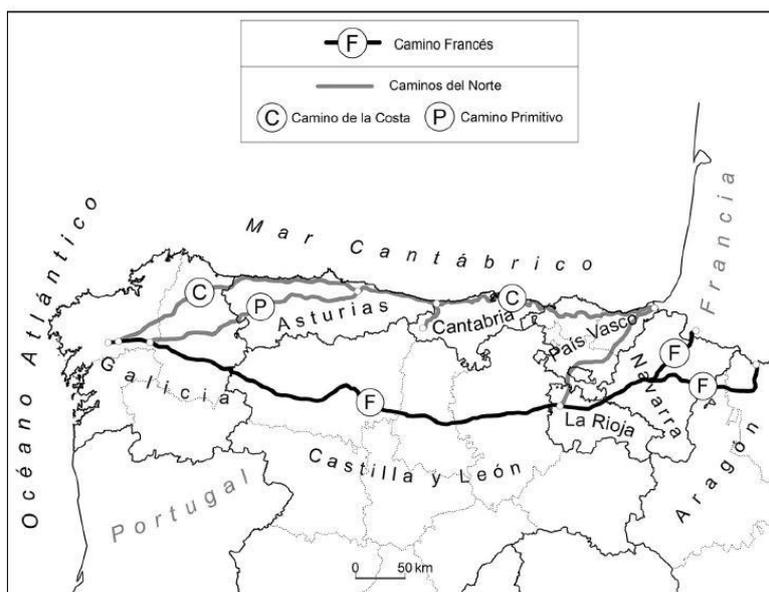
Según Ledo, Bonín, e Iglesias (2007), hacia el siglo XVI las peregrinaciones cesaron, y no fue hasta el Año Santo de 1965 que Santiago de Compostela obtuvo una primera revitalización, coincidiendo con la etapa del desarrollo turístico español. Posteriormente, señalan los autores, la imagen de Santiago de Compostela y del camino en general se vio revalorizada debido a las sucesivas designaciones que permitieron reforzar el significado cultural de la peregrinación como un hecho identitario para la región.

En el año 1991 se creó el primer proyecto de marketing regional para difundir la marca del Xacobeo que, basándose en un proceso de valoración, diversificación e internacionalización del Camino, permitió posicionar al Camino como un producto mixto entre lo religioso, lo cultural y lo espiritual (Ledo, Bonín e Iglesias, 2007).

En cuanto al desarrollo turístico, Solla (2006) afirma que ya desde 1965 era una de las actividades dominantes vinculadas al Camino de Santiago debido a que en ese año se produjo la primera afluencia masiva de la época contemporánea, pero el verdadero boom turístico fue a fines de la década del 80 debido a la difusión a nivel internacional que generaron las declaraciones. En 1985 la ciudad de Santiago de Compostela fue declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, posteriormente en 1987 el Consejo de Europa designó a los Caminos correspondientes a España y Francia como el Primer Itinerario Cultural Europeo y por último en 1993 la ruta francesa se adhirió a la declaratoria como Patrimonio de la Humanidad.

Los caminos declarados Patrimonio Mundial (ver cuadro nº 5) tienen una extensión de más de 2500 kilómetros y atraviesan ocho comunidades autónomas y más de 300 municipios. Los primeros ejemplos de tratamiento integral del Camino de Santiago tanto a escala regional como local surgieron a partir de la última declaración en 1993, y apuntaban a fomentar el compromiso activo de la población local, la coordinación de los diferentes gobiernos territoriales y la generación de sinergias entre el sector público y el privado (Medina y González, 2017).

**Cuadro Nº 5: Caminos declarados Patrimonio Mundial por UNESCO en 1993**



Fuente: Medina, y González (2017)

Como indica Maak (2009) durante el período comprendido entre los años 2000 y 2006 la gestión del Camino de Santiago de Compostela apuntaba al desarrollo del turismo temático con la intención no sólo de maximizar los efectos en la economía local, sino que también de contribuir a la preservación de las costumbres en cada uno de los municipios involucrados y fomentar el mutuo entendimiento y la comunicación intercultural entre ellos. Hacia finales del mencionado período, el turismo en el Camino de Santiago de Compostela mantenía un claro significado europeísta que no necesariamente tenía que ver con la religión. Este significado tenía que ver con la ciudad de Santiago como el ícono del fenómeno jacobeo y sobre todo de la catedral, cuya imagen aparecía en uno de los símbolos que constituían la marca identidad de Europa, el Euro (Solla, 2006). Este dato no es menor si se tiene en cuenta que el Euro pretende reflejar aquellos elementos que se supone que dan unidad al continente.

Actualmente, el Plan Director y Estratégico del Camino de Santiago en Galicia (Xunta de Galicia, 2015), tiene como principal objetivo promover la gestión compartida del Camino por todos los agentes involucrados, por medio de incentivos a la cooperación interadministrativa y el impulso a las relaciones internacionales. De esta manera se espera para el año 2021 haber contribuido a la cohesión social y a la gestión conjunta por parte de los cinco Estados con incumbencia en el proyecto.

A continuación, en el cuadro Nº 6, se sintetizan las estrategias implementadas en el Plan Director y Estratégico del Camino de Santiago en Galicia que presentan mayor relevancia para contribuir al proceso de integración regional a través del desarrollo turístico.

**Cuadro Nº 6: Estrategias sugeridas en el el Plan Director y Estratégico del Camino de Santiago en Galicia**

Estrategias programadas	Acciones a implementar
Para la coordinación y la organización administrativa	<p>Garantizar la coherencia y complementariedad entre las áreas administrativas de diferentes departamentos de la Xunta de Galicia así como también de los demás países implicados mediante un órgano específico de coordinación, de acuerdo a las recomendaciones de UNESCO.</p> <p>Apoyar las relaciones con agentes extranjeros a través de programas de cooperación de trabajo en red que fortalezcan la imagen del Camino. Diseño de proyectos a nivel internacional vinculados al Camino de Santiago, con especial interés en otros itinerarios culturales en los países clave de la cultura Xacobeá: Francia, Portugal, Italia, Alemania, Polonia, Reino Unido, etc.</p>
Para la preservación y potenciación de los valores patrimoniales	<p>Refuerzo de los mecanismos de protección y puesta en valor del Camino mediante el aumento de la colaboración y la cooperación entre los departamentos de las Autoridades competentes.</p>
Difusión de los valores y las singularidades de cada uno de los Caminos para contribuir al equilibrio del flujo de peregrinos	<p>Realización de exposiciones itinerantes y otras actividades de carácter divulgatorio en cada una de las rutas</p> <p>Garantizar la información y difusión sobre atractivos y singularidades de todas las rutas en los puntos identificados como más relevantes de cada una de ellas.</p>
Para la divulgación a nivel internacional de la cultura Jacobea	<p>Diseño de un plan de promoción conjunto del Camino de Santiago que contribuya al posicionamiento y difusión internacional de todas las rutas por igual.</p>

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del Plan Director y Estratégico del Camino de Santiago en Galicia (Xunta de Galicia, 2015)

Para Ledo, Bonín e Iglesias (2007) las estrategias adoptadas en el Camino de Santiago apuntaron siempre a la organización en red de las comunidades territoriales por donde pasa y al fortalecimiento o refuerzo del sentido de pertenencia del individuo a su territorio por medio de la difusión de sus valores culturales identitarios. En otras palabras, la política de desarrollo turístico del Camino estuvo basada en el valor patrimonial de la ciudad de Santiago y en la idea del peregrino como símbolo de la cultura europea, conformándose como un factor estratégico para la internacionalización turística de la región. Según los citados autores estas características, presentes en la gestión del Camino, le permitieron conservar su valor estratégico como factor de desarrollo regional.

En el marco de la creación de estrategias conjuntas, se crearon diversos organismos con el fin de mantener activa la colaboración intermunicipal a nivel administrativo institucional. Así por ejemplo para el caso Español, en 1992 se creó el Consorcio de la Ciudad de Santiago en el que se materializa la cooperación institucional entre el Gobierno de España, la Xunta de Galicia y el Ayuntamiento de Santiago. También se encuentra la Asociación Amigos del Camino de Santiago, organización sin fines de lucro que constituye una red internacional para la promoción y fomento del espíritu jacobeo y peregrino en todos los Caminos a Santiago de Compostela, estrechando los vínculos de amistad y cooperación entre los pueblos involucrados.

Como indican Pardellas y Padín (2014), la colaboración intermunicipal constituye un factor básico para llevar a cabo planeamientos estratégicos para el fortalecimiento de destinos turísticos conformados por varios municipios. Se entiende que la integración de las distintas administraciones públicas en una estrategia común resulta beneficiosa para cada una de ellas y para la totalidad.

En ese sentido, la amenaza que puede presentar el planeamiento regional del turismo en el Camino de Santiago de Compostela es fracturar las diferentes rutas en segmentos que compitan entre sí, convirtiendo un producto único y unificado en varios productos individuales que busquen su propia singularidad (Medina y González, 2017). Se destaca la importancia de la gestión compartida y de la supervisión de autoridades regionales que se aprecia en la gestión turística del Camino que permite mantener la alianza perfecta entre el ámbito institucional, la acción individual de los peregrinos y la participación activa de la población local.

### 1.3.2 Qhapaq Ñan

El Qhapaq Ñan o Camino Principal Andino, es un antiguo sistema de caminos que atraviesan la cordillera de los Andes usados durante el siglo XV y XVI con la intención de integrar física, política y económicamente los territorios del Imperio Inca (Gómez Salazar, 2010). Esta red vial se estructuraba sobre la base de una serie de caminos longitudinales tomando como eje vertebrador a la Cordillera de los Andes (Martínez Cano, 2013), y con una extensión de más de 50.000 km de recorrido (Ver imagen N° 7), integrando una extensa región de compleja geografía, con una de las mayores diversidades biológicas, culturales y lingüísticas del planeta (Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2006).

Como se observa en la siguiente imagen, el Qhapaq Ñan comprende los actuales territorios de Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador y Perú y está compuesto por los restos arqueológicos y paisajes edificados de lo que fue, a lo largo de los siglos, una vía para la articulación de formas y expresiones culturales del mundo andino (Caraballo Perichi, 2004). Como indica Martínez Cano (2013), tiene un importante valor simbólico y cultural para la región por haber favorecido durante siglos el intercambio de influencias culturales asociadas a tradiciones aún presentes hoy en día, y también por mostrar modelos de asentamiento humano y uso de la tierra.

### Imagen N° 7: mapa del Qhapaq Ñan o Camino Principal Andino



Fuente: Portocarrero y Borba (2015)

Por este motivo, en el año 2001 el Instituto Nacional de Cultura (INC) del Perú presentó ante la UNESCO la propuesta de inclusión del Qhapaq Ñan en la lista de Patrimonio Mundial de la Humanidad, a la cual un año más tarde adhirieron las repúblicas de Argentina, Bolivia, Colombia, Chile y Ecuador mediante la firma de un Acta de Compromiso (Gómez Salazar, 2010). Con la firma de este documento los países acordaron promover acciones conjuntas de investigación, metodología, valoración e incorporación comunitaria, además de políticas de desarrollo y turismo sostenible regional. En este marco se realizaron reuniones técnicas multidisciplinarias, conformadas, entre otros profesionales, por arqueólogos, arquitectos, antropólogos, geógrafos e historiadores; y financiadas por el Centro Patrimonio Mundial de la UNESCO a fin de unificar criterios, objetivos, directrices y herramientas metodológicas para la presentación de una única candidatura multinacional (Martínez Cano, 2013). Estas reuniones permitieron la puesta en marcha de un plan para la conformación de una estrategia de gestión multinacional que, según se acordó, debería ser desarrollada a nivel regional para cada sección individual de la red vial (Paredes Suito, 2018).

Pero no fue hasta el año 2004 que se logró llevar a cabo la firma de acuerdos entre la UNESCO, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Gobierno de Perú para el financiamiento de este Plan de Acción Regional, el cual forzó a los países involucrados a trabajar conjuntamente para garantizar como principio básico la integración regional bajo una lógica de intervención que persiguiera objetivos comunes con una visión compartida hacia el 2011 (Gómez Salazar, 2010).

Como lo indica el Banco Interamericano de Desarrollo (2006), este plan tenía como misión asegurar la conservación del patrimonio del Qhapaq Ñan mediante la integración de los diferentes actores vinculados. Para ello se planteaban las siguientes estrategias:

- La elaboración de códigos de ética que promovieran la gestión sostenible del recurso.
- El diseño de un manual de operaciones que incluyera procedimientos básicos para la regulación de las relaciones entre turistas, operadores y comunidades.
- Identificación e implementación de estándares y criterios de calidad para los distintos servicios que operaran en las rutas.
- Implementación de un sistema de evaluación y monitoreo.

- Promover la coordinación regional mediante el fortalecimiento institucional.
- Generar una instancia supranacional de coordinación para impulsar y dar continuidad al trabajo de los estados involucrados, conformada por los representantes de los organismos responsables del patrimonio cultural de cada uno de ellos.
- Conformar una Secretaría Técnica, con sede permanente en el Instituto Nacional de Cultura del Perú; encargada de ejecutar las decisiones y acciones programadas por la instancia supranacional.

En resumen, este plan pretendía servir como marco legal para la regulación y la gestión conjunta del Qhapaq Ñan, fomentando la cooperación a nivel institucional entre los órganos subregionales y los organismos internacionales involucrados. Por lo que este plan permitió que, aún previo a la nominación del Camino Principal Andino como Patrimonio de la Humanidad, se gestionara el recurso de manera conjunta siguiendo objetivos comunes a toda la región.

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos en la elaboración del plan de gestión, la declaración oficial del Qhapaq Ñan como Patrimonio de la Humanidad demoró diez años más. Como indica Paredes Suito, (2018), los criterios de Valor Universal Excepcional que fueron tomados en cuenta para su inscripción en el 2014 fueron:

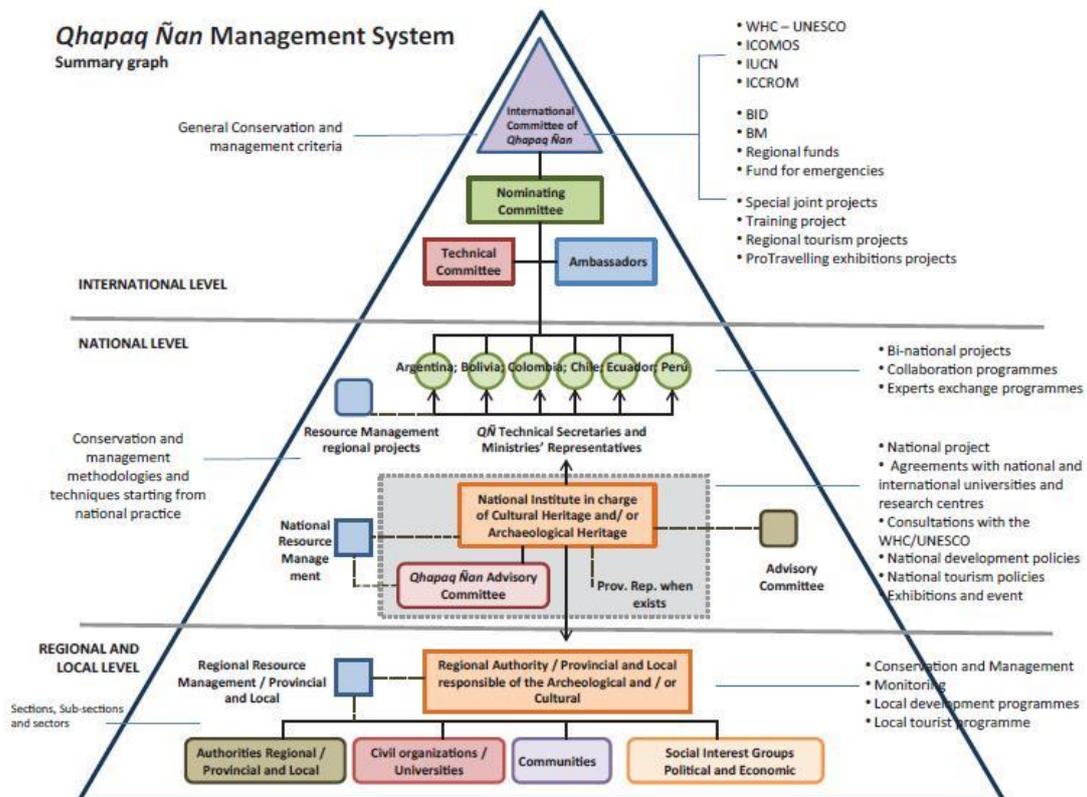
1. Representar una obra maestra del genio creador humano.
2. Atestiguar un intercambio de influencias considerable a lo largo del tiempo.
3. Aportar un testimonio único y excepcional de tradiciones culturales y de una civilización. Es decir, estar directamente asociado con eventos o tradiciones vivas.
4. Ser un ejemplo sobresaliente de un conjunto arquitectónico.
5. Ser un ejemplo excepcional de asentamiento humano tradicional y de uso de la tierra.

Actualmente parte de los caminos son utilizados por los habitantes locales como vía de comunicación y acceso a los numerosos agrupamientos humanos que se encuentran en los alrededores de esta antigua red caminera, los cuales van desde las pequeñas comunidades, pasando por poblados y ciudades medianas hasta las grandes metrópolis (Portocarrero y Borba, 2015). Y más aún, como indica Paredes Suito (2018), además de simplemente superar las distancias, el camino articula en su ruta una serie de elementos del paisaje cuyo significado está directamente asociado a valores intangibles compartidos por las comunidades del mundo andino y que son esenciales para su identidad. En pocas palabras, Qhapaq Ñan continúa cumpliendo sus funciones originales de integración, comunicación e intercambio de bienes y de conocimiento y supo mantener a lo largo de los siglos su importancia como fortalecedor de la identidad andina.

En cuanto a su gestión actual, Portocarrero y Borba (2015) indican que el Proyecto Qhapaq Ñan viene fomentando el proceso participativo, a través del involucramiento de los actores sociales desde el inicio de cualquier acción. Así por ejemplo, todas las acciones para la protección y la conservación de los bienes tanto materiales como inmateriales del sistema vial andino se realizan siguiendo las propuestas que surgen en talleres de diagnóstico participativo comunitario y en las reuniones de coordinación con los actores sociales de toda la región.

Hoy en día, tal como figura en el expediente de nominación como patrimonio mundial del Qhapaq Ñan (UNESCO, 2014), el sistema de gestión se encuentra estructurado en torno a tres áreas de acción: un nivel internacional, un nivel nacional y otro regional-provincial (ver cuadro N° 8). El nivel internacional está encabezado por un Comité Internacional y tiene como principal función brindar un marco de acción, coordinación y asistencia a las acciones propuestas por el comité de nominación; a nivel nacional se coordina la gestión de los niveles territoriales y administrativos que contienen las secciones de patrimonio nominadas en cada estado; y por último el nivel regional-provincial constituye un espacio para la implementación de propuestas específicas para garantizar la participación de los gobiernos locales y la sociedad civil.

## Cuadro Nº 8: Esquema de gestión del Qhapaq Ñan



Fuente: Expediente de nominación como patrimonio mundial del Qhapaq Ñan (UNESCO, 2014)

### 1.3.3 Paisaje Cultural Cafetero Colombiano

El denominado Paisaje Cultural Cafetero Colombiano comprende los departamentos de Caldas, Quindío, Valle del Cauca y Risaralda, ubicados en la parte central de Colombia. Fue declarado Patrimonio de la Humanidad por UNESCO en 2011, por constituirse como:

*“un ejemplo excepcional de un paisaje cultural, sostenible y productivo, que se adapta a características geográficas y naturales únicas en el mundo y que ha desarrollado una cultura y un extraordinario capital social”*

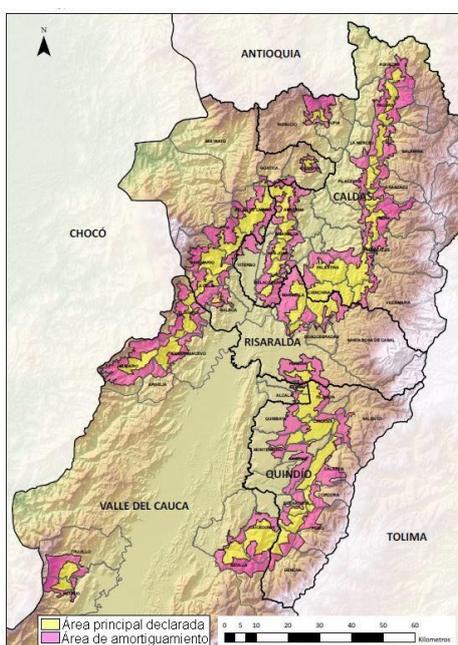
(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; 2014; 3).

Ésta región ocupa un importante lugar en la vida social, económica y cultural de Colombia desde el siglo XIX, y se distingue no sólo por el cultivo y el mercado del café sino también por representar a una cultura consolidada y unificada (Nova, 2012). Cuenta con una extensa lista de parques naturales y temáticos para el turismo donde también se realizan fiestas y eventos relacionados al cacao, por lo que se trabaja en la integración de los cuatro departamentos a fin de promocionar el Paisaje Cultural Cafetero como un único destino turístico (Gómez, Restrepo y González-Gómez, 2004).

El Paisaje Cultural Cafetero Colombiano fue declarado Patrimonio de la Humanidad en el 2011, y como indica Nova (2012), comprende un área principal de 142.804 hectáreas y un área de amortiguamiento de 207.977 hectáreas (Ver cuadro nº 9) que abarca los territorios de cuatro departamentos y de 51 municipios. El autor señala que extensa magnitud del bien patrimonial no se equipara a ningún otro bien incluido en la Lista del Patrimonio

Mundial hasta el momento, y que esto y el hecho de que se trate de un área discontinua plantean los principales desafíos para su gestión.

### Cuadro Nº 9: Mapa Paisaje Cultural Cafetero Colombiano



Fuente: Sitio Web oficial PCC (Paisaje Cultural Cafetero, s.f.)

Por este motivo, explica Nova (2012), durante el proceso de construcción del expediente para la presentación del bien ante la UNESCO, cada uno de los departamentos involucrados constituyó un comité técnico encargado de estudiar las características de la región para determinar un valor único y excepcional que justificara postulación del bien. Finalmente, como señala el autor, en las múltiples sesiones y mesas de trabajo compartidas entre los cuatro departamentos, se acordaron catorce atributos que describen la excepcionalidad del Paisaje Cultural Cafetero y que tienen que ver con las técnicas productivas, la cultura e institucionalidad; la arquitectura y urbanismo de la región; el patrimonio arqueológico; y la biodiversidad y riquezas naturales.

Los criterios elegidos por UNESCO en los cuales se enmarcan los mencionados atributos de excepcionalidad son:

- i) Constituir un ejemplo sobresaliente de hábitat o establecimiento humano tradicional o del uso de la tierra, que sea representativo de una cultura o de culturas, especialmente si se ha vuelto vulnerable por efecto de cambios irreversibles.
- ii) Estar directa o materialmente asociado con acontecimientos o tradiciones vivas, ideas, creencias u obras artísticas y literarias que tengan una importancia universal excepcional.

En cuanto a la gestión del turismo en la región, ya desde 1996 el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Rural del Eje Cafetero reconocía la importancia de la coordinación institucional entre los cuatro departamentos, y aunque este plan nunca llegó a implementarse dio inicio a procesos de planificación turística en el ámbito regional, departamental y municipal (Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad, 2006).

Después de la declaratoria continuaron los trabajos de formulación de proyectos y definición de estrategias por parte de entidades públicas y privadas de los cuatro departamentos involucrados, que debieron trabajar en conjunto para enfrentar de manera competitiva y diferencial este nuevo desafío.

Entre las principales estrategias turísticas propuestas, se trabajó en la integración de los departamentos a través del desarrollo de parques temáticos y reservas naturales, en la integración del Paisaje Cultural Cafetero al resto de la oferta turística de la región y en la

conformación de asociaciones de operadores turísticos de los distintos municipios involucrados (Fondo de Promoción Turística de Colombia, 2012).

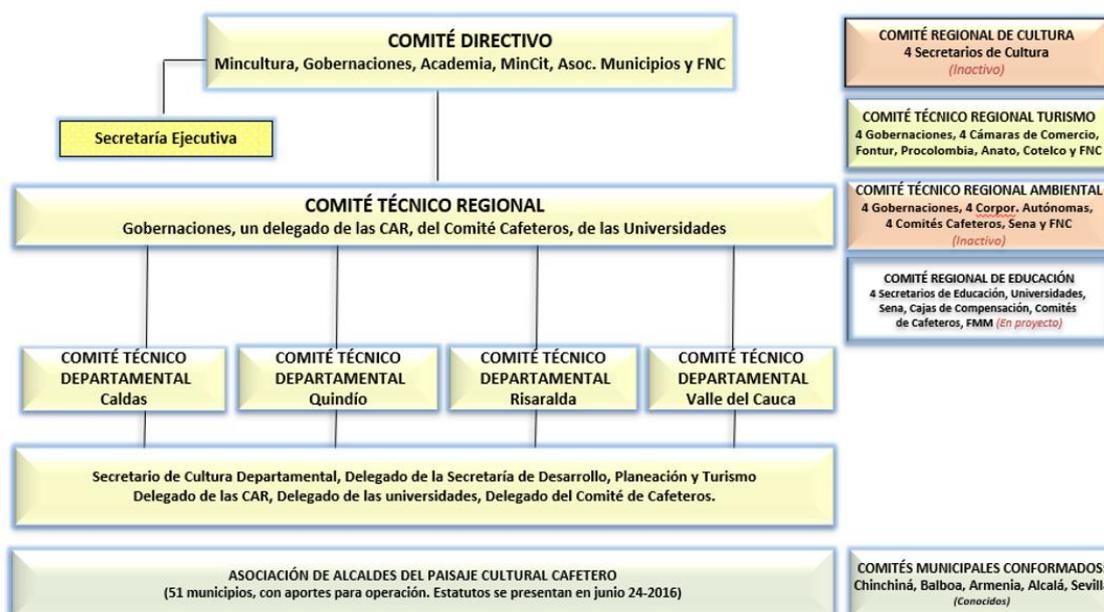
Lo más importante a destacar es que la Declaratoria del sitio como Patrimonio de la Humanidad promovió la creación de un Plan de Manejo, el cual resulta un requisito obligatorio para cualquier bien que pretenda ingresar en la Lista. En este marco, como indica Gaviria (2013), se generaron asociaciones entre actores estatales, como es el caso de la Asociación de Municipios del PCCC cuya función, entre otras, es la de impulsar la integración y el desarrollo regional. Sin embargo, señala el autor, durante los primeros años posteriores a la declaratoria no se contaba con una figura institucional encargada de la gestión del proceso en su conjunto, es decir a nivel regional, y por este motivo fue necesaria la firma de un Contrato Plan (CP) el cual constituye una herramienta de coordinación institucional multinivel y que permite la realización de proyectos para mediano y corto plazo, lo que permite trascender los períodos de gobierno.

Los CP, tienen como objetivo la armonización de los planes de desarrollo nacional, los territoriales y los de las autoridades ambientales, para el desarrollo integral del territorio mediante el fortalecimiento de la coordinación interinstitucional entre los diferentes niveles de gobierno con un enfoque de largo plazo (Gaviria, 2013).

Actualmente, según la información brindada por el sitio web oficial del Paisaje Cultural Cafetero Colombiano (*Paisaje Cultural Cafetero*, s.f.), la estructura institucional del bien se compone de: un Comité Directivo Nacional y un Comité Técnico Regional, los Comités Departamentales, un Comité Ambiental y un Subcomité Técnico de Turismo (Ver cuadro Nº 10). Este último constituye un ejemplo de integración y articulación hacia un solo objetivo, que consiste en consolidar la región y las Rutas del Paisaje Cultural Cafetero como un territorio comprometido con el turismo sostenible.

En resumen, el desarrollo de alianzas a nivel institucional, la coordinación interdepartamental y la articulación de la oferta regional son las condiciones que resultaron clave en la consolidación del Paisaje Cultural Cafetero como un destino turístico unificado, que se adecua a la demanda de oferta especializada que requieren los mercados internacionales actuales.

**Cuadro Nº 10: Esquema de estructura institucional del PCCC**



Fuente: Sitio Web Oficial PCCC (Paisaje Cultural Cafetero, s.f.)

## 1.4 Pautas para la integración regional por medio del turismo

Szary y Guyot (2009), afirman que solo es posible gestionar un recurso turístico compartido mediante la cooperación transfronteriza, la complementariedad entre agentes involucrados y evitando la competencia entre los diferentes sitios que componen el recurso turístico global. Asimismo, resulta esencial el desarrollo de planes estratégicos en los que se fomente la colaboración intermunicipal y la creación de redes horizontales de aprovechamiento de los recursos, así como también la participación activa en la gestión de la población local y otros actores involucrados (Pardellas y Padín, 2014).

En ese sentido, Medina y González (2017) afirman que el planeamiento regional podría verse amenazado si se fracturara al recurso turístico compartido en varios productos unitarios que compitan entre sí, convirtiendo un producto único en varios productos que busquen su singularidad. La planificación local es la escala básica para la mejora segmento a segmento de un circuito turístico transfronterizo, pero puede también provocar heterogeneidad en el conjunto. Por ello, continúan los autores, es imperativo la supervisión de autoridades regionales que permitan aportar una mirada conjunta a la gestión del recurso, más aún si se trata, como es el caso del Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes, de un producto turístico – cultural de gran extensión territorial.

En términos de cooperación a nivel cultural, Viva (2011) afirma que la integración regional no debe implicar la eliminación de las diferencias culturales entre naciones sino que debe hacerse cargo de éstas. La autora propone un tipo de planificación en la cual se identifiquen los contrastes culturales para poder integrarlos a una nueva identidad colectiva que no sea superadora de la nacional sino complementaria.

Por otra parte, aunque también en el plano cultural, si pensamos en un turismo intra-regional la interacción producto del encuentro entre turistas y locales puede constituir un factor de integración social (Catalano, 2015), ya que las relaciones que pudieran formarse entre ellos podrían conducir hacia la unión de los pueblos que convergen en un bloque de integración en construcción, como es el caso del Mercosur. La autora explica de esta forma el poder integrador del turismo en términos de que permite un mayor conocimiento de la cultura del otro, y por lo tanto genera un ambiente favorable para el desenvolvimiento de las relaciones entre países.

Retomando las palabras de Viva (2011), la dimensión cultural es sumamente importante en los procesos de integración regional ya que es la única instancia capaz de articular cualquier unión perdurable entre los pueblos. Sin embargo una integración cultural no se trata de la integración de varias culturas en una sola, sino del reconocimiento de las diferencias y similitudes culturales que permitan constituir una identidad compartida respetando esa diversidad cultural.

En resumen, las principales pautas que deberían seguir los estados nacionales para fomentar la integración regional a través del turismo son:

- Que exista cooperación entre actores involucrados en la gestión del recurso y entre los estados parte del bloque
- Que se incluya a la población local en la gestión del recurso
- Que exista un planeamiento estratégico común
- Que se fomenten los vínculos entre turistas y locales
- Que se generen las condiciones para la identificación de una identidad compartida
- Que no exista competencia entre los diferentes recursos que componen el producto global.

## 1.5 La tematización de la oferta turística como herramienta para la integración regional

Ahora bien, ¿de qué manera podría contribuir el desarrollo de un producto turístico tematizado a las pautas mencionadas anteriormente? En el marco teórico se expusieron

las ventajas del uso de estrategias de tematización de la oferta en un circuito turístico transfronterizo, en el presente apartado se profundiza acerca de las principales cuestiones por las que un circuito turístico tematizado puede contribuir a las pautas para la integración regional por medio del turismo expuestas previamente.

Si bien los conceptos ya fueron explicados en el marco teórico, merece la pena recordar que las principales ventajas del uso de estrategias de tematización de la oferta en circuitos transfronterizos pueden clasificarse en cuatro dimensiones: la cultural, la del marketing y promoción, la económica y la ambiental. Estas dimensiones se complementan entre sí, de modo que una fomenta a la otra.

En el plano cultural, la principal virtud de un circuito tematizado es la puesta en valor de determinados valores culturales que son compartidos por las comunidades que tienen participación o que el mismo itinerario atraviesa en su recorrido. A su vez, esto contribuye al reconocimiento por parte de dichas comunidades de la existencia de una identidad compartida. Es decir que el uso de estrategias de tematización en un circuito favorece a que se generen las condiciones para la identificación de una identidad compartida, una de las pautas que se mencionaron en el apartado previo.

Como indica Maciel (2011) si el eje temático utilizado en el circuito se basa en la identidad y la autenticidad local, buscando transmitir las singularidades de los elementos patrimoniales en común, podría contribuir a la identificación de una identidad compartida a nivel regional. Así por ejemplo, el Camino de Santiago de Compostela se caracteriza por el significado cultural de la peregrinación como un hecho identitario para la región, teniendo como ícono principal a la ciudad de Santiago de Compostela y a su catedral, cuya imagen, aparecía en el Euro como uno de los principales símbolos que aportan unidad al continente. Es preciso aclarar que si la comunidad local no se sintiera identificada con dicho elemento patrimonial a destacar, entonces la temática del circuito estaría mal definida.

Es primordial entonces generar ámbitos de participación de la población local tanto al momento de seleccionar los valores patrimoniales que deben ser expuestos como parte de la temática del circuito como posteriormente en la gestión del mismo (Zurita, 2010). Herramientas de este estilo se ven presentes en la gestión del proyecto Qhapaq Ñan que, como ya se explicó anteriormente, fomenta ámbitos participativos permitiendo el involucramiento de los actores sociales desde el inicio de cualquier acción. De esta forma, todas las acciones para la protección y la conservación del camino se realizan siguiendo las propuestas que surgen en talleres de diagnóstico participativo comunitario y en las reuniones de coordinación con los actores sociales de toda la región.

Estos valores identitarios compartidos, identificados por la comunidad y por el turista como parte de una identidad común a nivel regional, y que se convertirán en el eje temático del circuito, deben ser posicionados en el mercado como un producto unificado pero que a su vez permita distinguir las singularidades propias del patrimonio de cada uno de las comunidades o pueblos que integran la ruta. Esto nos lleva a la dimensión del marketing y la promoción. Las ventajas de las estrategias de tematización de la oferta en el área de la promoción tienen que ver con la posibilidad de promocionar de manera conjunta, teniendo como pauta principal evitar la competencia entre los sitios que componen la red.

Esto debe lograrse por medio de la existencia de un planeamiento estratégico en común que prevea acciones específicas para la promoción del circuito o bien un plan de marketing conjunto. Así por ejemplo, en el Camino de Santiago de Compostela se creó en 1991 un proyecto de marketing regional que permitió difundir la marca del Xacobeo, permitiendo posicionar al Camino como un producto mixto entre lo religioso, lo cultural y lo espiritual. Además en el Plan Director Estratégico del Camino de Santiago en Galicia del año 2015, se propone “difundir los valores y las singularidades de cada uno de los Caminos a fin de contribuir con el equilibrio del flujo de peregrinos”, para ello se sugieren acciones como: la realización de exposiciones itinerantes y actividades de carácter divulgatorio de cada una de las rutas, y la difusión de los atractivos de todas las rutas en los puntos identificados

como más relevantes de cada una de ellas. De esta forma se garantiza que quien visite, por ejemplo, el Camino Francés sea informado acerca de las singularidades del Camino de la Costa.

Otro claro ejemplo de acciones tomadas para evitar la competencia entre los sitios pertenecientes al mismo circuito, es la propuesta en el Plan de Acción Regional del Qhapaq Ñan del año 2004, en donde entre otras cosas se propuso la identificación e implementación de estándares o criterios de calidad para los distintos servicios que operan en cada una de las rutas. De esta manera se garantiza que todos los servicios ofrecidos tengan un mismo parámetro y se evita que un sitio predomine sobre otro en servicios como, por ejemplo, la hotelería o la gastronomía.

A su vez, el hecho de realizar una promoción conjunta permite también lograr una mejor gestión de los flujos de visitantes. En este sentido, Antón Clavé (2000) indica que una ruta temática promueve una mayor movilidad de turistas entre los diferentes puntos que conforman el circuito, alentando al intercambio de visitantes de un destino a otro. Esto permite aumentar su estadía promedio, ya que deben permanecer más tiempo visitando varios de los sitios pertenecientes al mismo circuito generando también un aumento en el gasto promedio por turismo. Es decir, que en el plano económico, la tematización de la oferta contribuye a generar mayores beneficios y distribuirlos de una forma más equitativa a lo largo de toda la ruta, evitando que se concentren solamente en los puntos más relevantes.

Esto no es posible llevarlo a cabo sin la cooperación en materia de planificación y gestión de todos los actores involucrados. Aquí entonces entran en juego nuevamente las pautas para la existencia de planes de gestión en común y la creación de instancias administrativas de carácter global que permitan la cooperación en materia de gestión de los actores involucrados, haciendo que las acciones diseñadas puedan llevarse a la práctica y que se mantengan en el largo plazo. Es decir que el desarrollo de itinerarios turísticos tematizados de alguna manera obliga a los diferentes municipios o naciones a cooperar para obtener beneficios económicos mutuos.

En los tres casos expuestos a modo de antecedentes, el Camino de Santiago de Compostela, el Qhapaq Ñan y el Paisaje Cultural Cafetero Colombiano, existieron planes de gestión que permitieron la coordinación de todas las naciones o los municipios involucrados en el producto global.

El Camino de Santiago de Compostela posee desde el 2015 el Plan Director Estratégico de Santiago en Galicia, cuyo principal objetivo es promover la gestión compartida del Camino por todos los agentes involucrados, por medio de incentivos a la cooperación interadministrativa y el impulso a las relaciones internacionales. Como se explicó en apartados previos, en este plan se estructuran las acciones básicas para garantizar la coherencia entre las áreas administrativas de los diferentes departamentos y de los diferentes países implicados a través de órganos específicos de coordinación.

En el caso del Qhapaq Ñan, el sistema vial cuenta con el Plan de Acción regional que data del 2004. El mismo propuso promover la coordinación regional mediante el fortalecimiento institucional, generando una instancia supranacional que permitiera dar continuidad al trabajo de los estados involucrados y una Secretaría Técnica con sede en Perú encargada de la ejecución de las decisiones y acciones programadas por la instancia supranacional.

Y por último en el caso del Paisaje Cultural Cafetero Colombiano, se llevaron a cabo firmas de Contratos Plan, los cuales constituyen una herramienta de coordinación institucional multinivel que permiten la realización de proyectos para mediano y largo plazo. Estos contratos tienen como objetivo principal la armonización de los planes de desarrollo nacional, los territoriales y los de las autoridades ambientales, para el desarrollo integral del territorio mediante el fortalecimiento de la coordinación interinstitucional entre los diferentes niveles de gobierno.

En los tres casos se puede ver claramente la intención de provocar un desarrollo turístico a nivel global que promueva la obtención de beneficios económicos de manera equitativa para toda la región, a través de la creación e instancias administrativas de carácter regional que permitan la coordinación de las medidas tomadas en cada uno de los niveles que gestionan el circuito de forma parcial. Esto permite que las acciones tomadas tengan

una continuidad en el tiempo y puedan trascender los períodos de gobierno de cada uno de los estados o municipios involucrados, haciendo que estas acciones persigan un objetivo común a toda la región y no a los intereses particulares de cada gobernante.

Por último en la dimensión ambiental, la principal ventaja de tematizar la oferta turística radica en que, como ya se mencionó anteriormente, la existencia de varios sitios con atractivos o recursos turísticos similares permite regular la concentración de visitantes en el destino y en el mismo momento, distribuyendo las presiones que éstos generan y garantizando la no superación de la capacidad de carga en los recursos más visitados (Observatorio del Caribe Colombiano, 2015). Esta dimensión también se encuentra presente en los diferentes planes estratégicos de los tres circuitos ya mencionados. Así por ejemplo en el Plan de Acción Regional del Qhapaq Ñan, se propone elaborar códigos de ética que promuevan la gestión sostenible del camino. Además se indica que todas las acciones para la protección y la conservación de los bienes, tanto materiales como inmateriales, del sistema vial andino se deben realizar siguiendo las propuestas que surjan en talleres de diagnóstico participativo comunitario y en las reuniones de coordinación con los actores sociales de toda la región. Por otro lado el Paisaje Cultural Cafetero Colombiano posee dentro de su estructura institucional administrativa un Comité Ambiental, gestionado por el departamento Valle del Cauca, el cual es el responsable directo de la conservación del medioambiente y de la preservación de los recursos.

En resumen, la existencia de una adecuada planificación es una pauta esencial en la creación de circuitos turísticos tematizados. El desafío es elaborar un producto temático y gestionarlo de manera compartida en pos de contribuir a objetivos comunes a toda la región.

# Capítulo 2.

---

## 2.1 Descripción del Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuítico Guaraníes

Previo a caracterizar a la región donde tuvieron lugar las reducciones jesuíticas, resulta conveniente aclarar que existen notorias diferencias entre el proyecto declarado Patrimonio de la Humanidad por UNESCO (desde 1983 a 1993) y el circuito declarado Patrimonio Cultural del *MERCOSUR* en 2015 –que es el seleccionado como caso de estudio para la presente investigación–, y que incluso este último sufrió varias modificaciones desde que fue tratado por primera vez en 1994 hasta la actualidad.

La Compañía de Jesús fundó durante los siglos XVII y XVIII un conjunto de treinta pueblos misioneros que se localizaron en los actuales territorios de Argentina, Brasil y Paraguay, y que a su vez contaban con tierras para haciendas y plantaciones.

UNESCO declaró Patrimonio de la Humanidad sólo a siete de ellos: São Miguel das Missões en Brasil (declarada en 1983), San Ignacio Miní, Santa Ana, Santa María la Mayor y Nuestra Señora de Loreto en Argentina (declaradas en 1984) y Jesús de Tavarangué y Santísima Trinidad del Paraná en Paraguay (declaradas en 1993).

En lo que refiere al MERCOSUR, el proyecto original denominado “Circuito Turístico Integrado de las Misiones Jesuíticas” (CTI) o “Ruta de las Misiones” data del año 1994 y se firmó en San Ignacio Miní (Argentina). El mismo integra a los sitios históricos culturales de: Santo Miguel y San Luis Gonzaga en el Brasil; Loreto, San Ignacio, Santa Ana, Santa María, Yapeyú, San Carlos y Santo Tomé en Argentina; y Trinidad en Paraguay. Además establece a las ciudades de Santo Ángel en Brasil, Posadas en Argentina, Encarnación en Paraguay y Montevideo en Uruguay como principales centros de servicios turísticos.

Tal proyecto fue creado en el marco de las Reuniones Especializadas en Turismo del Mercosur pero, como se mencionó al comienzo de esta sección, ha sufrido a lo largo de los años diferentes modificaciones de acuerdo a la importancia que los gobiernos de cada país dieran al turismo y a la integración regional. Finalmente, en el año 2015, se declaró al circuito como Patrimonio Cultural del Mercosur incluyendo a la totalidad de los 30 pueblos misioneros guaraníes, a los cuales también se sumaron las reducciones jesuíticas de Moxos y Chiquitos en Bolivia. A este nuevo proyecto se lo denominó “Itinerario Cultural de las Misiones Jesuíticas Guaraníes, Moxos y Chiquitos en el MERCOSUR”.

Como es de esperar, este último circuito involucra un territorio muy amplio, que implica diversas jurisdicciones y que presenta asimetrías de tipo políticas y económicas en el tratamiento del patrimonio y del desarrollo turístico. Por este motivo, se decidió que en el plan de gestión a implementarse se diera prioridad a los sitios que ya cuentan con una protección, ya sea de tipo internacional o nacional.

Como se mencionó al comienzo del trabajo, para el desarrollo de esta investigación se decidió trabajar con el Itinerario Cultural de las Misiones Jesuíticas Guaraníes, Moxos y Chiquitos en el MERCOSUR, declarado Patrimonio Cultural del MERCOSUR en 2015, pero teniendo en cuenta únicamente a los sitios correspondientes a las misiones jesuíticas guaraníes. Es decir, se dejan de lado las reducciones jesuíticas de Moxos y Chiquitos en Bolivia, debido a que el modelo de tematización que se propone en este trabajo tiene que ver con la cultura y el patrimonio guaraní.

### 2.1.1 Caracterización geográfica de la región

El presente trabajo estudiará el área comprendida entre los 52 y 57 grados Longitud Oeste y entre los 26 y los 30 grados Latitud Sur, en la que se encuentran los 30 pueblos

fundados por los sacerdotes jesuitas de la Compañía de Jesús en territorio guaraní (Ver cuadro nº 11). Los mismos se encuentran localizados en franjas con orientación nordeste – sudoeste, siendo Argentina el país que posee una mayor concentración (15 pueblos), seguido por Paraguay (8 pueblos) y por último Brasil (7 pueblos) (Comparato, 2018).

#### **Cuadro Nº 11: Localización geográfica de las misiones jesuíticas - guaraníes**



Fuente: Elaboración propia en base a Google Maps.

El área posee un clima subtropical sin estación seca, de suelos fértiles y con abundantes cursos de agua, lo que da lugar a una densa vegetación y a una gran biodiversidad. La ecorregión, caracterizada por la presencia de selvas y bosques, posee un elevado valor paisajístico (Comparato, 2018). A esta área la atraviesan varias unidades de paisaje distribuidas de oeste a este: “Paranaense Paraguaya y Misionera”, de “Campo”, de “Ecotono Basáltico” y la “Vertiente Uruguaya Misionera y Riograndense” (Dieckow, s.f.).

Desde 1610 y hasta la actualidad, en este extenso territorio que involucra a Brasil, Paraguay, Argentina y Uruguay se movieron y asentaron miles de indígenas con comportamientos culturales gestados en el entorno misionero jesuítico, aportando su lengua y cultura a la región. En las aldeas guaraníes, tal y como indican Curbelo y Barreto (2010), se vivía principalmente de la agricultura (zapallo, maíz, porotos, mandioca, maní entre otros) y también de la caza (monos, pecaríes, aves, entre otros). Estas aldeas permanecían unos seis años en el mismo lugar hasta que se agotaba la tierra y debían mudarse a otro paraje. A nivel político estaban dirigidas por un cacique, y el plano espiritual, en el que se incluían los rituales y la medicina, se encontraba en manos de un shamán o pajé.

La historia de las reducciones jesuíticas – guaraníes se remonta a principios del siglo XVII cuando, a pedido de la corona española y por motivos políticos y humanitarios con los indígenas, se comienzan a fundar las primeras reducciones a cargo de los padres de la Compañía de Jesús. El objetivo era captar y catequizar grupos indígenas sobre todo habitantes de las áreas selváticas de los ríos Paraná, Paraguay y Alto Uruguay, que hablaban con más o menos diferencias dialectales, el guaraní, y cuyas costumbres eran más o menos similares (Curbelo y Barreto, 2010).

La Compañía de Jesús fundó una serie de pueblos que incluían a muchas de las ya mencionadas aldeas y produjeron en su interior cambios sustanciales en su estructura social. Como indican los autores previamente citados, el principal sostén de las Misiones Jesuíticas Guaraníes pasó a ser la producción de yerba mate y la ganadería, se comenzó a transcribir de forma escrita a la lengua Guaraní y el cacique y sus familias recibieron la enseñanza del idioma español, y por supuesto se introdujo la práctica de la fe católica. Así, a mediados del siglo XVIII estaban establecidos en forma permanente, los denominados

30 Pueblos Misioneros, diseminados en los actuales territorios de Brasil, Paraguay y Argentina.

Una de las principales características de la configuración cultural de las Misiones Jesuíticas Guaraníes fue la exclusión de los españoles en la organización y administración de las mismas, lo cual le otorgaba a las reducciones una autonomía evidente con respecto de la Corona y de los mismos conquistadores (Martínez Sarasola, 1992).

Sin embargo, en 1750 se firmó el Tratado de Permuta, por el cual España debía entregar a Portugal todo el territorio correspondiente al Estado de Rio Grande do Sul, en el que se encontraban siete pueblos de las Misiones: San Miguel, Santos Ángeles, San Juan Bautista, San Luis, San Borja, San Nicolás y San Lorenzo (Martínez Sarasola, 1992). Como indica el ya citado autor, esto provocó un conflicto bélico que generó en 1756 un quiebre importante en todo el sistema económico y social de los pueblos misioneros, llevando a la paulatina emigración de sus habitantes y a la decadencia de las misiones. Un poco más tarde, en 1768, la expulsión de la Compañía de Jesús de América produce la ruptura final del sistema misionero jesuita, quedando las misiones bajo la administración española. (Curbelo y Barreto, 2010).

Hoy en día la zona constituye uno de los polos más dinámicos de integración del MERCOSUR debido a su carácter transfronterizo que permite una importante interacción económica y social. Desde el punto de vista de la construcción social, la región tiene como toda área fronteriza a la multiculturalidad como rasgo central. Existe un importante mercado de trabajo transfronterizo que sin lugar a duda integra a paraguayos, argentinos y brasileños (Fogel, 2008). Sin embargo, y como indica Comparato (2018), esta región no está exenta de conflictos, disputas, disparidades sociales e incluso contrabando, que se desarrolla principalmente en Ciudad del Este y que involucra a una docena de rubros como por ejemplo, equipos electrónicos, informática, calzado deportivo, bebidas, juguetes, relojería, textiles, perfumería y cigarrillos.

En la zona de Tres Fronteras, según lo indican Bartolomé, y Llenderozas (2002), existe una marcada relación entre las actividades asociadas al terrorismo, la criminalidad organizada y la corrupción de funcionarios públicos, la cual facilita el ejercicio de actividades criminales. Como cabe esperar, estas prácticas tienen aspectos negativos para la integración regional. En ese sentido, la zona de Tres Fronteras es, sin duda, un ejemplo de las dificultades que los diferentes actores gubernamentales deben superar para cooperar y concertar políticas comunes que den respuesta a estos nuevos desafíos.

Para las comunidades indígenas las consecuencias son igualmente negativas, entre ellas la descomposición de su organización social, la corrupción de sus líderes y el arriendo ilegal de tierras (Fogel, 2008). En líneas generales, en la región se acentúa la pobreza extrema y la desigualdad social.

En cuanto al turismo, el producto Misiones Jesuíticas se enmarca en lo que se denomina turismo cultural. Esta tipología tiene como elemento distintivo a la cultura en sus expresiones tangibles (arte, arquitectura, gastronomía, artesanías, etc.) o intangibles (historia, creencias, tradiciones, costumbres, etc.), es decir remite al patrimonio de la comunidad local (Curbelo y Barreto, 2010).

### **2.1.2 Evolución del desarrollo turístico en la región**

Antes de comenzar con el desarrollo de esta sección cabe aclarar que existe una falta de datos estadísticos a nivel general en materia de turismo, tanto a nivel nacional (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay) como local, referido específicamente al tratamiento del circuito caso de estudio. Esta situación dificulta el análisis y conlleva a pensar si esta falta de información no perjudica a la toma de decisiones por parte de las autoridades implicadas.

Se logró dar con el Anuario Estadístico de Turismo de Misiones del año 2016, el Programa Nacional de Turismo de la Secretaría Nacional de Turismo de Paraguay del año 2015 y el Plan Nacional de Turismo de Brasil del año 2007. No se hallaron datos más actuales que

los anteriormente mencionados, sin embargo, la información recopilada permite dar con una idea general acerca de la evolución del sector turístico en la región estudiada.

Según los datos de dicho Anuario Estadístico de Turismo de Misiones del año 2016 (Ministerio de Turismo de Misiones, 2016), desde el año 2010 vienen existiendo mayor cantidad de pernoctaciones en el exterior por turismo emisor que las generadas por turismo receptor en el interior del país. Es decir que la cantidad de turistas argentinos que viajan al exterior es mayor que la cantidad de turistas extranjeros que recibe la Argentina. Lo mismo ocurre con el gasto promedio realizado por los turistas argentinos en sus viajes al exterior con respecto a turistas internacionales visitando Argentina, lo cual genera un saldo negativo en la balanza turística, tanto en cantidad de llegadas como en gastos.

Si se observa el siguiente cuadro (Nº 12) se puede apreciar que para el año 2016 la situación no había mejorado. Los datos muestran que en ese año arribaron a la Argentina 2.579.400 turistas no residentes, los cuales tuvieron una permanencia promedio de 10.97 noches y realizaron un gasto diario promedio per cápita de USD 79.91. Mientras que se registraron 4.160.900 salidas al exterior de argentinos, los cuales pernoctaron en promedio 11.78 noches y realizaron un gasto promedio per cápita de USD 85.78.

**Cuadro Nº 12: Turismo receptor y emisor. Permanencia y gasto promedio**

Año	TURISMO RECEPTIVO		TURISMO EMISIVO	
	Permanencia promedio (noches)	Gasto promedio por pernoctación (USD)	Permanencia promedio (noches)	Gasto promedio por pernoctación (USD)
2010	11,76	73,65	13,88	87,89
2011	14,00	73,07	14,25	87,44
2012	13,27	69,80	13,49	93,65
2013	11,75	77,32	12,76	95,28
2014	10,51	77,93	11,09	76,27
2015	10,03	90,03	11,00	76,45
2016	10,97	79,91	11,78	85,78

FUENTE: anuario estadístico de turismo misiones 2016

En cuanto a turismo receptor, el 46,5 % de las llegadas fueron por motivos de ocio y vacaciones, habiendo un mayor porcentaje de flujo turístico correspondiente a países limítrofes. Brasil fue el principal país emisor, cuya cuota de mercado alcanzó el 24%, seguido por el flujo procedente de países europeos con una cuota de mercado del 23%. La situación se repite en el caso de turismo emisor, donde la mayor cantidad de flujo turístico argentino correspondió a países limítrofes (34%) siendo Brasil el principal país receptor cuya cuota de mercado es del 21%.

En otras palabras, Argentina es el mayor emisor de turistas que viajan a Brasil y viceversa. Esto da cuenta de la importancia del turismo intra – bloque, y más aún entre los ya mencionados países. Contar con este tipo de intercambio de flujo de turistas entre países limítrofes, es sin duda una importante ventaja para la integración regional del bloque que debería ser aprovechada al máximo.

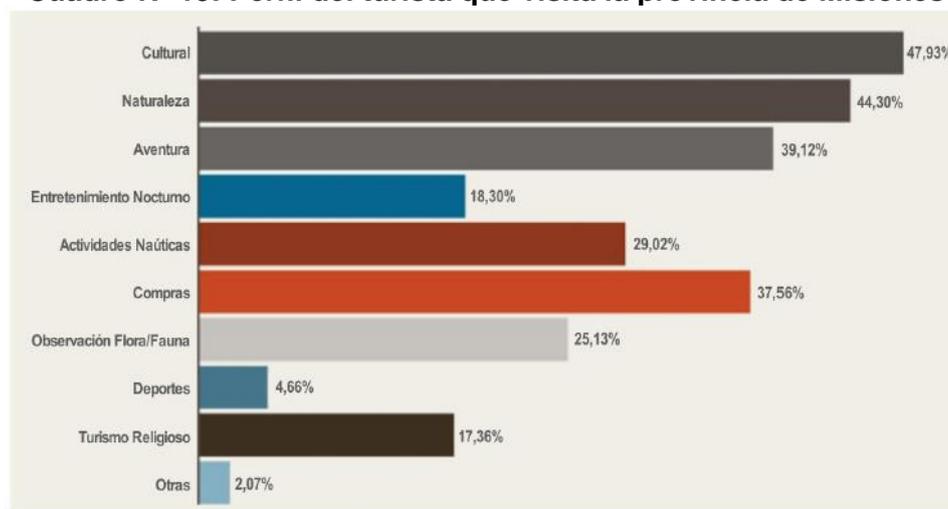
A nivel provincial, en el Anuario Estadístico de Turismo de Misiones (Ministerio de Turismo de Misiones, 2016) se afirma que el turismo en Misiones no es un sector que tenga una entidad propia dentro de las cuentas del producto, sino que es considerado como una actividad transversal al resto de los sectores económicos tradicionales. Por otra parte, se dispone de una escasa información estadística en lo que se refiere a la actividad económica de turismo, lo cual dificulta enormemente su cuantificación. Sin embargo, es posible observar el crecimiento de la actividad económica del turismo desde los \$339.154 correspondientes al año 2001 a los \$2.240.030 del año 2011, que representa un incremento del 560%.

La localidad de San Ignacio es considerada en este informe como una de las atracciones principales de Misiones ya que ostenta a las ruinas con mayor valor histórico-cultural, las Reducciones de San Ignacio Miní (Ministerio de Turismo de Misiones, 2016). Es decir que, por lo menos en los sitios que corresponden a Argentina, no existe una adecuada

distribución de visitantes entre todas las reducciones jesuíticas-guaraníes del país, sino que se concentran solamente en la de San Ignacio. Esto tiene que ver, como se verá en los apartados posteriores, a la cercanía de este sitio en concreto con las Cataratas del Iguazú, que es el principal atractivo turístico de la Provincia de Misiones.

El anuario destaca la fuerte influencia del turismo de tipo cultural en el perfil del turista de San Ignacio, lo cual se puede observar también en el resto de la provincia. En el siguiente cuadro N° 13 se muestra que el 47.93% de las personas que visitaron la provincia de Misiones en el año 2016 eligieron realizar actividades relacionadas a la cultura, entre las que se destacan las visitas a las Reducciones Jesuíticas.

**Cuadro N° 13: Perfil del turista que visita la provincia de Misiones**



Fuente y Elaboración: Ministerio de Turismo de Misiones

Fuente: Ministerio de Turismo de Misiones, 2016

En cuanto al conjunto de las Misiones Jesuítico – Guaraníes declaradas patrimonio por UNESCO pertenecientes a la provincia de Misiones, es decir las ruinas de las reducciones de San Ignacio Miní, Loreto, Santa Ana y Santa María la Mayor, el anuario destaca los datos que se muestran a continuación en el cuadro N° 14.

**Cuadro N° 14: Evolución de ingreso de visitantes a las misiones jesuíticas y parques provinciales. Período 2012 - 2016**

	Misiones Jesuíticas	Espectáculo San Ignacio	Parque Temático de la Cruz	P.P. Salto Encantado	P.P. Moconá	TOTAL
2012	305.514	(sin datos)	47.271	48.116	50.020	450.921
2013	246.335	(sin datos)	31.997	44.244	25.082	347.658
2014	184.570	(sin datos)	34.121	40.880	14.722	274.293
2015	204.813	15.624	39.179	45.160	21.160	325.936
2016	168.761	11.608	25.156	32.426	22.849	260.800
<b>TOTAL</b>	<b>1.109.993</b>	<b>27.232</b>	<b>177.724</b>	<b>210.826</b>	<b>133.833</b>	<b>1.659.608</b>

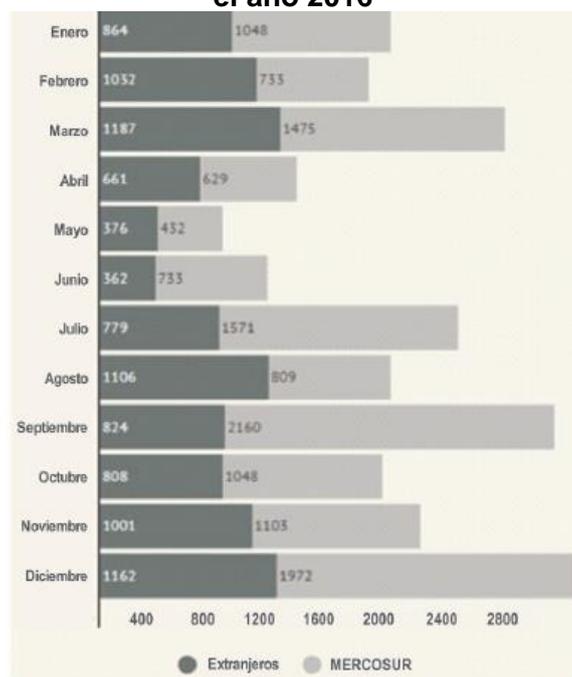
Fuente y Elaboración: Ministerio de Turismo de Misiones

\* El espectáculo de imagen y sonido en las Reducciones de San Ignacio no registraron datos de visitas durante los años 2012, 2013 y 2014.

Fuente: Ministerio de Turismo de Misiones, 2016

En el año 2016, se registraron 168.761 visitas en el conjunto de las Misiones Jesuíticas – Guaraníes de UNESCO (es decir en los sitios mencionados anteriormente), los cuales representan el 64.71% del total de las visitas realizadas a parques provinciales y museos. De ese porcentaje el 77% fueron visitantes nacionales (130.084 personas), el 8.1% fueron residentes del Mercosur (13.713 personas), un 6% corresponde a turistas extranjeros (10.162 personas) y el resto fueron visitantes residentes en la provincia de Misiones 5.3% (9.016 personas). El siguiente cuadro (N° 15) muestra el ingreso mensual de los visitantes extranjeros y del Mercosur en el año 2016.

**Cuadro N° 15: Comportamiento mensual de ingreso de visitantes extranjeros y del Mercosur a las diferentes Misiones Jesuíticas – Guaraníes de la provincia en el año 2016**



Fuente y Elaboración: Ministerio de Turismo de Misiones

Fuente: Ministerio de Turismo de Misiones, 2016

En cuanto a Paraguay, en el Programa Nacional de Turismo del año 2015 (SENATUR, 2015) se analizaron datos estadísticos en turismo receptivo durante cinco años. Se observa que el número de excursionistas supera ampliamente el número de turistas que pernoctan. Como puede verse en el cuadro N° 16 del total de visitantes, entre el 81% y el 85% son excursionistas, y los ingresos que éstos generan oscilan entre el 20% y el 25%. Mientras que los turistas, cuyo porcentaje del total de visitantes varía entre el 15% y el 19% generan entre el 75% y el 80% de los ingresos por turismo (SENATUR, 2015).

**Cuadro N° 16: Cantidad de visitantes e ingresos generados por turismo en Paraguay. Período 2010 – 2014.**

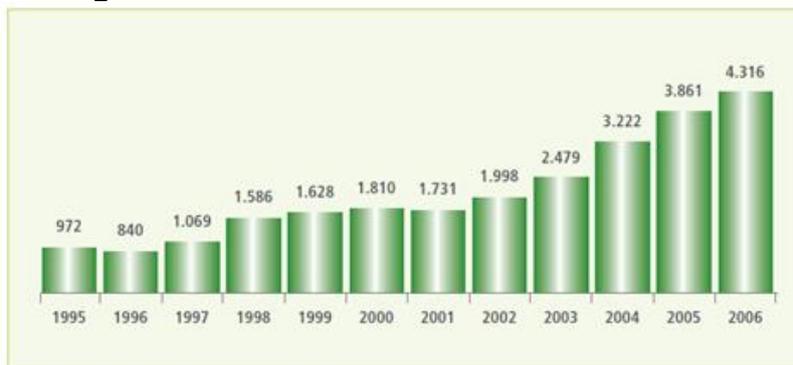
Años	Nº Turistas	Ingresos por turistas (miles de U\$D)	Nº excursionistas	Ingresos por excursionistas (miles de U\$D)	Nº visitantes	Total ingresos turismo (miles de U\$D)
2010	465.264	163.307	2.705.765	54.115	3.171.029	217.422
2011	523.740	183.832	2.841.052	56.821	3.364.792	240.653
2012	579.305	203.336	3.058.767	61.175	3.638.072	264.511
2013	609.901	214.075	2.929.439	58.588	3.539.340	272.664
2014	648.962	227.785	2.805.869	56.117	3.454.831	283.903

Fuente: Secretaría Nacional de Turismo de Paraguay, 2015

En Brasil, los datos obtenidos datan del año 2005 y corresponden al Plan Nacional de Turismo de Brasil del año 2007 (Ministerio de Turismo de Brasil, 2007). En el documento se resalta la importancia que tuvo el turismo doméstico, el cual permitió el fortalecimiento del mercado interno. Según los datos obtenidos en el 2005 se realizaron 139.59 millones de viajes domésticos, lo que representa un crecimiento del 26% con respecto al año 2001. Por otra parte, como se observa en el Cuadro N° 17 los ingresos derivados de la actividad turística en Brasil fueron de US\$ 4.32 mil millones en el año 2006, lo que corresponde a un

aumento del 11.78% en comparación con el año 2005 (Ministerio de Turismo de Brasil, 2007).

**Cuadro Nº 17: Ingresos derivados del Turismo en Brasil. Período 1995 – 2006.**



Fuente: Ministerio de Turismo de Brasil, 2005

En resumen, se observa que la región posee un claro potencial para el fortalecimiento del turismo intra regional. Se evidencia que la mayor afluencia de turistas se da entre Argentina y Brasil.

Es preciso, sin embargo, hacer una especial mención a la situación actual por la que está atravesando el sector turístico a nivel mundial. Aunque no es el objetivo de la presente investigación profundizar en este sentido, no se puede dejar de mencionar la actual situación de pandemia de COVID-19 que ha generado una parálisis en el turismo a nivel global.

Habría que esperar la evolución de esta situación para poder observar cómo será el panorama mundial con respecto al turismo, y cuál será el posicionamiento de cada uno de los países frente a las consecuencias económicas generales y específicas del sector. Sobre todo teniendo en cuenta las medidas tan dispares que han tomado los países del Mercosur para hacerle frente a la pandemia. En especial si tomamos como ejemplo a Argentina y Brasil, países en los que se evidencia la mayor afluencia de turistas a nivel regional.

### 2.1.3 Caracterización del proyecto declarado Patrimonio de la Humanidad por UNESCO

Como ya se mencionó al comienzo del capítulo, existen diferencias entre el circuito declarado Patrimonio de la Humanidad por UNESCO y el circuito declarado Patrimonio Cultural del MERCOSUR, tomado como caso de estudio.

Para UNESCO, el objetivo principal de la declaración de “Patrimonio de la Humanidad” de un bien es alentar su conservación (Dieckow, s.f.). Esto resultó determinante a la hora de seleccionar los sitios que debían ser conservados de los que no, es decir que algunos casos debieron ser excluidos de la declaratoria ya que por su grado avanzado de deterioro se consideró que no fuesen ejemplos a preservar.

Por este motivo, y como se mencionó al inicio de esta investigación, se declararon “Patrimonio Histórico Cultural de la Humanidad” de UNESCO a solo 7 sitios, cuatro de ellos localizados en la provincia de Misiones (San Ignacio Miní, Nuestra Señora de Loreto, Santa Ana y Santa María Mayor); dos en la República del Paraguay (Jesús y Trinidad); y el séptimo (San Miguel Arcángel) pertenece actualmente al Brasil (Dieckow s.f.).

La primera declaratoria, efectuada en 1983, corresponde a la reducción de San Miguel de las Misiones en Brasil. Al año siguiente, en 1984, a la ya mencionada declaratoria de Brasil se le sumó como extensión la de los cuatro sitios argentinos: San Ignacio Miní, Santa Ana, Nuestra Señora de Loreto y Santa María la Mayor. Posteriormente, hacia 1993, UNESCO

declara patrimonio a las reducciones de la Santísima Trinidad y Jesús de Tavarangué de Paraguay como un caso aparte (UNESCO, s.f.).

Es decir que formalmente para UNESCO existen dos declaraciones referidas a las Misiones Jesuíticas: la primera es la de Brasil (de 1983) a la que luego se le sumó Argentina (en 1984), y la segunda es la de los dos sitios de Paraguay (de 1993) (ver cuadro N° 18).

**Cuadro N° 18: Lista de bienes patrimoniales y años de declaratoria**

Bienes patrimoniales	Año declaratoria	Países	Sitios inscriptos
Misiones jesuíticas de los guaraníes: San Ignacio Miní, Santa Ana, Nuestra Señora de Loreto y Santa María la Mayor (Argentina), ruinas de Sao Miguel das Missoes (Brasil)	1983	Brasil	San Miguel de las Misiones
	1984	Argentina	San Ignacio Miní,
			Santa Ana, Nuestra Señora de Loreto Santa María la Mayor
Misiones jesuíticas de la Santísima Trinidad de Paraná	1993	Paraguay	Santísima Trinidad Jesús de Tavarangué

Fuente Elaboración propia con datos extraídos de Sitio Web oficial de UNESCO

Para ser incluidos en la Lista del Patrimonio Mundial, los sitios deben tener un “valor universal excepcional” y cumplir con al menos uno de los diez “criterios de selección”. En este caso, ambos sitios están enmarcados bajo el criterio iv, el cual involucra a los sitios dignos de ser conservados por “*Constituir un ejemplo representativo de un tipo de construcción o de un conjunto arquitectónico que ilustra un periodo de la historia humana*” (UNESCO, s.f.).

En cuanto a su “Valor Universal Excepcional”, ambos sitios representan la fusión de culturas dado por el proceso de cristianización propio de los jesuitas, el cual permitía a la población guaraní conservar varios elementos de su cultura tradicional a la vez que adoptaban la religión cristiana (Comparato 2018). Es decir, que si bien se alentó a los habitantes a adoptar la religión cristiana y una forma de vida sedentaria, los jesuitas no pretendían “europeizar” a los guaraníes y por ello se lograron preservar algunas de sus tradiciones como el cultivo de la yerba mate, que sigue siendo un producto regional representativo en la actualidad.

En el sitio Web de UNESCO, se explica el Valor Universal Excepcional de ambos sitios asegurando que las Misiones Jesuíticas Guaraníes constituyen una experiencia histórica, religiosa, sociocultural, económica y territorial única. Se hace referencia a las ruinas de São Miguel Arcanjo en Brasil, y las de San Ignacio Miní, Santa Ana, Nuestra Señora de Loreto y Santa María la Mayor en Argentina como impresionantes restos de los asentamientos de la Misión Jesuita establecidos entre los siglos XVII y XVIII en tierras originalmente ocupadas por comunidades indígenas guaraníes (UNESCO, s.f.).

La Misión de la Santísima Trinidad del Paraná, por su parte, se erige como el complejo urbano mejor conservado. Aunque se estableció en 1706, más tarde que muchas de las reducciones, también fue la más ambiciosa de las misiones con un complejo de edificios que cubre un área de aproximadamente 8 hectáreas (UNESCO, s.f.).

En resumen, como parte integral de las campañas de evangelización, las Misiones son un importante testimonio de la ocupación sistemática del área y de las relaciones culturales forjadas entre las poblaciones indígenas del área, en su mayoría guaraníes, y los misioneros jesuitas europeos.

## 2.1.4 Caracterización del Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes, Moxos y Chiquitos, declarado Patrimonio Cultural del Mercosur

En el marco del Mercosur, el Circuito Integrado Misiones Jesuíticas, Moxos y Chiquitos es más complejo ya que no solo involucra a las 30 reducciones jesuitas sino que además se le sumaron las misiones de Moxos y Chiquitos en Bolivia. Incluso este mismo circuito ha sufrido modificaciones a lo largo de la historia del bloque.

El proyecto original, como indica (Dieckow S.F.), se firmó en San Ignacio Miní (Misiones, Argentina) en diciembre de 1994 y se denominó “Circuito Integrado Misiones Jesuíticas” o “Ruta de las Misiones”. Según la autora, este proyecto estaba integrado por los sitios histórico – culturales de Santo Miguel de las Misiones y San Luis Gonzaga, en Brasil; Nuestra Señora de Loreto, San Ignacio Miní, Santa Ana, Santa María la Mayor, Yapeyú, San Carlos y Santo Tomé, en Argentina; y la Santísima Trinidad de Paraná en Paraguay, y establecía a las ciudades de Santo Ángel en Brasil, Posadas en Argentina, Encarnación en Paraguay y Montevideo en Uruguay como principales centros de servicios turísticos.

Debido a que el proyecto incluye sitios de varios países, estos acordaron establecer la promoción conjunta de los recursos turísticos, pero sin embargo el proyecto presenta dificultades debido a las asimetrías existentes en materia de normativas, tasas impositivas, el valor de las monedas de cada país, entre otras (Dieckow S.F.).

Más tarde, en el año 2012 se creó la Categoría Patrimonio Cultural del Mercosur la cual estableció criterios para el reconocimiento de bienes culturales de interés regional, entendiendo que el patrimonio cultural favorece el reconocimiento y valoración de la identidad cultural regional y que los bienes patrimoniales culturales transfronterizos constituyen un factor para la integración entre los países de la región (MERCOSUR, s.f.).

Así es como en el año 2015, enmarcado bajo esta categoría, se declaró Patrimonio Cultural del Mercosur al que se denominó “Circuito Turístico Integrado de las Misiones Jesuíticas, Moxos y Chiquitos”. Este circuito, como ya se mencionó, abarca a la totalidad de 30 reducciones jesuíticas guaraníes a las que se le sumaron las misiones de Moxos y Chiquitos pertenecientes a Bolivia.

Los criterios de selección que justifican la declaración según Comparato (2018) son:

- (1) Se trata de un bien patrimonial único
- (2) Donde cada pieza del sistema ayuda a la comprensión del todo
- (3) Que ilustra un período de tiempo particular de la historia
- (4) Y que es una herencia formidable común a los 5 países del Mercosur

Como indica el autor, mediante la recaudación de recursos para su valoración y preservación, los estados miembro se comprometieron a impulsar el bien como un instrumento de unión, integración y desarrollo regional. Por esta razón se decidió crear una Comisión de Gestión y un Plan de Gestión, que, por tratarse de un proyecto tan ambicioso, en primera medida deberá identificar los límites específicos de alcance y establecer acciones concretas a llevar a cabo.

En el cuadro que figura a continuación (cuadro N° 19) se podrá ver una tabla resumen con los sitios involucrados en cada uno de los proyectos.

**Cuadro N° 19: Lista resumen de los sitios involucrados en la declaratoria de UNESCO y de Mercosur**

País	Patrimonio UNESCO	Circuito original del Mercosur “Ruta de las Misiones”	Circuito declarado Patrimonio del Mercosur “Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas, Moxos y Chiquitos”
Brasil	San Miguel de	San Miguel de las	San Miguel de las Misiones

	las Misiones	Misiones San Luis Gonzaga Ciudad de Santo Ángelo	San Juan Bautista San Lorenzo de las Misiones San Nicolás
<b>Argentina</b>	San Ignacio Miní Santa Ana Nuestra Señora de Loreto Santa María la Mayor	San Ignacio Miní Santa Ana Nuestra Señora de Loreto Santa María la Mayor San Francisco Javier de Yapeyú San Carlos Borromeo Ciudad de Posadas	San Ignacio Miní Santa Ana Nuestra Señora de Loreto Santa María la Mayor San Francisco Javier de Yapeyú San Carlos Borromeo Nuestra Señora de la Candelaria Santos Mártires de Japón Corpus Christi Conjunto Jesuítico de Apóstoles Misión Jesuítica de la Cruz Inmaculada Concepción San José Santo Tomé
<b>Paraguay</b>	Santísima Trinidad Jesús de Tavarangue	Santísima Trinidad Ciudad de Encarnación	Santísima Trinidad San Ignacio Guasu Misión Jesuítica Guaraní de Jesús Misión Jesuítica Guaraní de Santa Rosa Misión Jesuítica Guaraní de Itapúa Santa María de la Fé San Cosme y San Damián Misión Jesuítica Guaraní de Santiago San Joaquín San Estanislao de Kotska Belén Carmen del Paraná
<b>Uruguay</b>	-	Ciudad de Montevideo	Pueblo de la Bella Unión San Francisco y San Borja del Yí San Servando
<b>Bolivia</b>	-	-	San Ignacio de Velasco San Xavier San Rafael Concepción Santa Ana San Miguel San José Trinidad San Ignacio de Moxos

Fuente: Elaboración propia

## 2.2 Justificación de la elección del circuito

El Circuito Turístico Integrado de las Misiones Jesuíticas, Moxos y Chiquitos constituye una ruta de carácter transfronterizo que reúne el patrimonio jesuítico - guaraní de Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay y Bolivia, para el cual se establece la promoción y gestión conjunta de sus recursos turísticos. Sin embargo, y como se mencionó al comienzo del capítulo, para el desarrollo de esta investigación se decidió trabajar solamente con el sistema Misionero Guaraní incluido en este circuito, debido a que el modelo de

tematización que se propone en este trabajo tiene que ver con la cultura y el patrimonio jesuítico - guaraní.

Estos elementos de tipo cultural y natural, como son por ejemplo la cultura guaraní, su idioma, el ideal evangélico profesado por la Orden Jesuita y el entorno selvático componen la raíz autóctona común de esta región concreta del Mercosur. Por esa razón desde el bloque, en el marco de las Reuniones Especializadas en Turismo, se reconoció la importancia para el proceso de integración regional que genera el producto Misiones Jesuíticas Guaraníes como forma de enaltecimiento de la historia y el legado cultural común de la región, condiciones básicas para promover la cooperación entre los Estados Parte.

En ese sentido, como indica Dieckow (s.f.), actualmente los conjuntos jesuítico – guaraníes forman parte de uno de los patrimonios culturales más valorados turísticamente y promocionados en la Provincia de Misiones y el área de influencia, constituyendo el patrimonio histórico cultural común en la región “de las Misiones”.

Mediante este proyecto el Mercosur intenta promover en conjunto a los sitios que los países miembros del bloque comparten y de esta forma contribuir con los objetivos de integración regional. Se entiende que el Circuito Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes, Moxos y Chiquitos constituye una oportunidad para construir un concepto integral de turismo en esta región del Mercosur basado en una temática de identidad colectiva.

### **2.3 Formas actuales de comercialización del circuito**

En el presente apartado, se pretenden comprender las formas actuales de comercialización del producto misiones jesuíticas y, específicamente, del Circuito Turístico Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes del Mercosur, elegido a los efectos del presente trabajo.

En primer lugar, desde el ámbito público, y a los efectos de comprender el lugar que actualmente ocupan las misiones jesuíticas dentro de la oferta turística nacional de Argentina, Brasil y Paraguay, se indaga acerca de la difusión que los organismos públicos referentes al turismo de estos países le otorgan al circuito caso de estudio.

En segundo lugar, y en lo referido a la esfera privada, se pretende entender la forma en la que se ofrecen hoy por hoy las diversas opciones de paquetes turísticos vinculados a las misiones jesuíticas, y en particular cómo es vendido el ya mencionado circuito. De igual forma, se describen los servicios que brindan las distintas empresas y los segmentos de demanda que se interesan en cada uno de los tours ofertados.

En lo relativo al sector público, a los efectos de cumplir con el primer propósito planteado, se realizó un análisis pormenorizado de los sitios web, que actualmente se encuentran en línea, pertenecientes a los órganos de turismo correspondientes a cada país involucrado en el Circuito Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes. En ellos se estudió la información disponible al público en relación con las misiones jesuíticas y al circuito en específico.

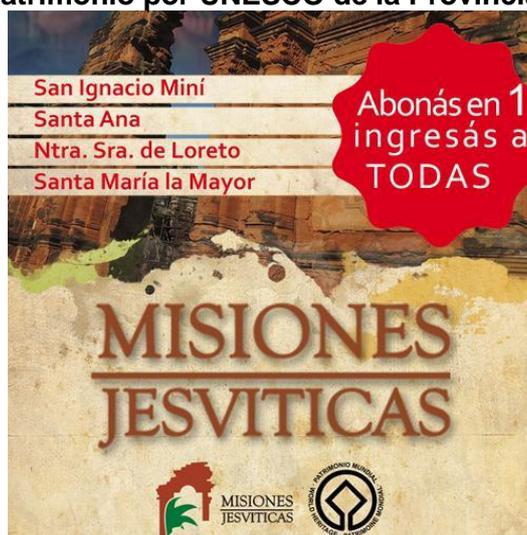
Por lo que se refiere a Argentina, el sitio web del Ministerio de Turismo y Deportes (s.f.) no brinda información acerca del producto misiones jesuíticas, como en cambio sí lo hace la Web del Ministerio de Turismo de la Provincia de Misiones (s.f.). En esta última, se puede ver la oferta turística de la provincia diferenciada en tres dimensiones: en primer lugar, destinos de naturaleza, en segundo lugar, destinos culturales y por último destinos especiales (donde se encuentra por ejemplo la yerba mate).

En el inicio del sitio web del Ministerio de Turismo de Misiones, se exponen los seis atractivos turísticos principales de la provincia, uno de los cuales es la Reducción de San Ignacio Miní. La información que figura en la web acerca de este bien patrimonial en concreto, es la relativa a los horarios de visita y los valores de ingreso. También ofrece una breve historia de las Reducciones Jesuíticas, y hace mención a la declaratoria por parte de

UNESCO de este sitio como Patrimonio de la Humanidad, aclarando que, además de San Ignacio Miní, en Argentina existen otras tres reducciones que poseen esta declaratoria (Loreto, Santa Ana y Santa María la Mayor), brindando también la información concerniente a sus respectivos horarios de visita y valores de ingreso.

En lo que refiere a las cuatro reducciones pertenecientes a nuestro país que cuentan con la declaratoria de UNESCO, merece la pena destacar que la web del Ministerio de Turismo de Misiones promociona un sistema de boleto único, con el cual abonando la entrada en uno de los sitios es posible el acceso a los demás (Ver imagen N° 20).

**Imagen N° 20: Folleto promocional del sistema de boleto único en los sitios declarados Patrimonio por UNESCO de la Provincia de Misiones.**



Fuente: Web oficial del Ministerio de Turismo de Misiones (Ministerio de Turismo de la Provincia de Misiones, s.f.)

Otra cuestión a destacar, en lo concerniente a los sitios que cuentan con la declaratoria de UNESCO dentro de la Provincia de Misiones, es que los valores de ingreso a los mismos difieren de acuerdo a la nacionalidad del visitante. Como puede verse en la siguiente imagen (N° 21.), los visitantes extranjeros deben abonar el ticket más costoso, mientras que para Latinoamericanos y argentinos el valor del ingreso es menor.

**Imagen N° 21: Valores de entradas a los sitios declarados Patrimonio de la Humanidad por UNESCO dentro de la Provincia de Misiones**

**Ingreso válido para las 4 Reducciones** (Loreto, Santa Ana, San Ignacio y Santa María la Mayor)

CATEGORÍA	PRECIO AR\$
EXTRANJEROS	\$350,-
LATINOAMERICANOS	\$330,-
ARGENTINOS	\$260,-
RESIDENTES DE LA PROVINCIA DE MISIONES	\$50,-
JUBILADOS NACIONALES ACREDITADOS	\$130,-
JUBILADOS PROVINCIALES ACREDITADOS	\$30,-
ESTUDIANTES NACIONALES	\$100,-
MENORES DE 6 AÑOS, TODAS LAS CATEGORÍAS	SIN CARGO
ESTUDIANTES MISIONEROS (PRIMARIO Y SECUNDARIO)	SIN CARGO
DISCAPACITADOS	SIN CARGO
RESIDENTES LOCALES	SIN CARGO
REALIZACIÓN DE EVENTOS RELIGIOSOS	SIN CARGO
LIBERADOS	SIN CARGO

Fuente: Web oficial del Ministerio de Turismo de Misiones (Ministerio de Turismo de la Provincia de Misiones, s.f.)

En pocas palabras, en función de la información recopilada en los sitios web de los organismos de turismo de Argentina y de la Provincia de Misiones, se pueden realizar algunas reflexiones.

En primer lugar, a nivel nacional, según lo observado en el Sitio Web del Ministerio de Turismo y Deportes de la nación, no existe información disponible sobre ninguno de los atractivos turísticos del país. Por el contrario, en lo que respecta a la Provincia misionera, según el análisis del Sitio Web del Ministerio de Turismo de Misiones, se observa que, luego de las Cataratas de Iguazú, las Misiones Jesuíticas resultan ser uno de sus principales recursos turísticos. Sin embargo, del total de 12 reducciones que se encuentran diseminadas en la provincia, en la mencionada web únicamente se ofrece información de las cuatro que poseen la declaratoria de Patrimonio Mundial de la UNESCO.

En segundo lugar, en lo que respecta a estos cuatro sitios pertenecientes a la Lista de Patrimonio de la Humanidad en Misiones, en la página del Ministerio de Turismo de la provincia se evidencia la marcada intención del gobierno misionero por evitar la concentración de demanda en solo una de las reducciones. Ejemplo de lo antedicho, es la promoción del sistema de boleto único que habilita el pase a todos sitios una vez que ha sido abonada la tarifa en uno de ellos.

En tercer lugar, según las observaciones extraídas del ya mencionado sitio web, también se evidencia la existencia de diferentes valores de ingreso a los sitios de acuerdo a la nacionalidad del visitante, siendo así que el costo de la entrada para ciudadanos latinoamericanos es menor que para los visitantes provenientes de otras partes del mundo. Teniendo en cuenta que la mayor cantidad de turistas que llegan a la Provincia de Misiones provienen de países limítrofes, se puede inferir que con este sistema se pretende fomentar el acceso de visitantes brasileros y paraguayos.

Por último, se observa que en ninguno de los dos sitios web analizados se hace referencia a las Misiones Jesuíticas Guaraníes como parte del legado cultural común a esta zona en concreto del Mercosur. Menos aún se realiza una difusión del Circuito Turístico Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes, seleccionado como caso de estudio para la presente investigación.

Por otra parte, en base a la información concerniente al mencionado circuito obtenida en el sitio web del Ministerio de Turismo de Brasil (s.f.), se pueden realizar deducciones similares. El Ministerio de Turismo brasiler ofrece información relativa a la única reducción declarada Patrimonio de la Humanidad por UNESCO del país, es decir Saõ Miguel das Missões, excluyendo a las otras seis misiones existentes en su territorio, localizadas en el estado de Rio Grande do Sul. En la mencionada web se puede apreciar un breve relato histórico acerca del proceso de evangelización jesuítico en la región y una descripción de las ruinas de Saõ Miguel das Missões, pero a diferencia de lo observado en la web del Ministerio de Turismo de la provincia de Misiones, el sitio del Ministerio de Turismo de Brasil no brinda información acerca de los valores de las entradas ni los horarios de visita a la misión.

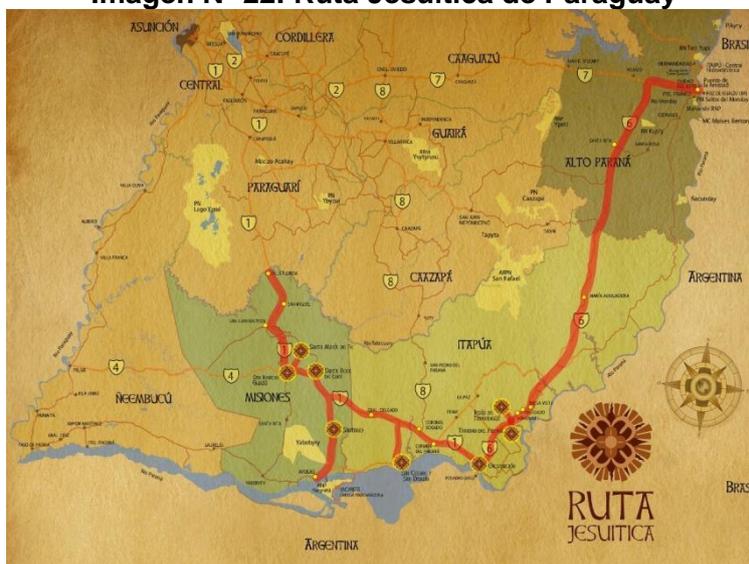
A nivel local, la Secretaría de Turismo del Estado de Río Grande do Sul (s.f.), brinda en su sitio web una información más completa en comparación a la expuesta a nivel nacional, brindando una descripción histórica acerca de todas las reducciones ubicadas en este estado. También ofrece indicaciones sobre cómo llegar, distancias desde las principales ciudades y sugerencias de hospedaje.

Sin embargo, de igual forma que ocurre en Argentina, los organismos de turismo tanto a nivel nacional como local de Brasil, no brindan en sus sitios web información acerca del Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes del Mercosur, elegido como caso de estudio. Asimismo, se pudo constatar que en dichos sitios web se hace mención únicamente a las reducciones que se encuentran incluidas en la Lista de Patrimonio Mundial de UNESCO.

Con relación a Paraguay, a diferencia de lo expuesto anteriormente, se pudo observar que el sitio web de la Secretaría Nacional de Turismo de este país (SENATUR, s. f.) hace difusión no solo de los bienes que poseen la declaratoria de UNESCO, sino de la totalidad de los sitios que se encuentran en su territorio. De hecho, los promociona en el marco de

un programa nacional denominado “Ruta Jesuítica de Paraguay” la cual, como puede verse en la imagen N° 22, pasa por las ocho reducciones localizadas en este país (cuatro en el Departamento de Misiones y cuatro en el Departamento de Itapúa).

### Imagen N° 22: Ruta Jesuítica de Paraguay



Fuente: Sitio Web de la Secretaría Nacional de Turismo de Paraguay (SENATUR, s.f.)

En resumen, en función de los datos obtenidos del sitio web de la Secretaría de Turismo de Paraguay, se pudo constatar que el producto Misiones Jesuíticas es el atractivo turístico principal de este país. El ya mencionado organismo se encarga de difundir La Ruta Jesuítica Paraguaya, promoviendo la circulación de turistas por todos los sitios pertenecientes a la misma, evitando la concentración de visitantes en sólo uno de ellos. No obstante, la Secretaría de Turismo de Paraguay tampoco hace difusión del Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes del Mercosur.

Para concluir, del análisis de los diferentes sitios web de los organismos de turismo en cada uno de los tres países que integran el circuito elegido a los efectos de la presente investigación, surge que si bien las Misiones Jesuíticas Guaraníes son expuestas como uno de los vestigios patrimoniales más importantes de la región, cada uno de los países promociona a los sitios que pertenecen a su propio territorio. Ninguno de los sitios web analizados hace difusión del Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes del Mercosur, como opción de itinerario transnacional que involucra al patrimonio jesuítico-guaraní de las tres naciones.

De igual forma, a excepción del sitio web de la Secretaría de Turismo de Paraguay, en todas las webs analizadas se constató que únicamente brindan información sobre aquellas reducciones que pertenecen a la Lista de Patrimonio Mundial de UNESCO, habiendo escaso o nulo testimonio sobre el resto de los sitios que componen el conjunto de 30 misiones diseminadas en territorio argentino, brasilero y paraguayo.

Ahora bien, en lo que respecta al ámbito privado, y a fin de comprender las formas en las que se ofrecen las diversas opciones de paquetes turísticos vinculados a las misiones, se ha realizado un análisis exhaustivo de las páginas web de algunas agencias de viajes receptoras de la región. Por la variedad de paquetes que ofrecen y por la originalidad de sus propuestas, se decidió estudiar a las siguientes empresas:

- Dos agencias argentinas: “Manglar Viajes” y “Paradise Turismo”, ambas con sede en la ciudad de Posadas;
- dos agencias paraguayas: “Marviajes”, ubicada en Asunción, y “DTP Travel Group”, con sede en Encarnación;
- y dos agencias brasileras: “Missões Turismo”, localizada en San Miguel das Missões, y “Caminho das Missões”, con sede en Santo Ângelo.

Como resultado de este análisis se pudo constatar que, con excepción de la empresa Caminho das Missões, todas las agencias ofrecen paquetes en los que se visitan solo algunas de las 30 reducciones que componen el Circuito Turístico Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes –tomado como caso de estudio para este trabajo-. Dicho en otras palabras, solamente la operadora Caminho das Missões comercializa este circuito como tal, pasando por los 30 sitios que lo componen.

Por tal motivo, se decidió establecer contacto con dicha agencia. Por lo que, en segundo lugar, se entrevistó a Marta Antônia Benatti, a fin de poder contar en primera mano con su experiencia como una de los cuatro fundadores de Caminho das Missões.

Esta empresa brasilera, originada en 2001, ofrece diferentes opciones de rutas de peregrinación que pasan por los sitios pertenecientes a Argentina, Brasil y Paraguay. Como se verá más adelante en el presente apartado, se trata de tours de caminatas a pie que poseen distintos niveles de kilometraje y tiempos de estadía, siendo la ruta más larga la que incluye el total de las 30 reducciones.

A continuación, se exponen las indagaciones realizadas en las páginas web de las agencias de viajes citadas anteriormente, y por último, en lo referente exclusivamente a la empresa Caminho das Missões, se contrastará la información obtenida de su sitio web con las observaciones surgidas en base a la entrevista con M. A. Benatti, su fundadora.

En lo que refiere a Argentina, según lo expuesto en el sitio web de la agencia Manglar Viajes ("Manglar Viajes", s.f.) de la ciudad de Posadas, se observa que ésta ofrece dos excursiones de medio día hacia las Misiones Jesuíticas. La primera, realiza un recorrido por las reducciones de San Ignacio Miní, Santa Ana y Loreto, localizadas en territorio nacional; y la segunda visita las ruinas de Santísima Trinidad y Jesús de Tavarangüé, ubicadas del lado paraguayo. Dado que ambas excursiones poseen una duración de medio día, en la ya mencionada página web se recomienda combinarlas para poder recorrer ambos lados, el argentino y el paraguayo.

Sin embargo, las opciones de recorrido que ofrece la empresa Paradise Turismo en su web ("Paradise Turismo Misiones", s.f.) son algo más completas; brindando opciones de excursiones de medio día o día completo para que el visitante tenga la posibilidad de armar su recorrido combinándolas según su interés. En estas excursiones se realizan visitas a: Santa Ana, Loreto y San Ignacio Miní (en Argentina); La Santísima Trinidad, Jesús de Tavarangüé y San Cosme y San Damián (en Paraguay) y San Miguel de las Misiones (en Brasil). De esta manera, es posible combinar las visitas a los sitios de Paraguay con los de Argentina; o los de Brasil con los de Argentina, otorgando una mayor flexibilidad al pasajero. Sin embargo, esta agencia recomienda no combinar excursiones que visiten los sitios de más de dos naciones, debido a la duración de los recorridos y al tiempo que demandan los trámites de aduana para pasar de un país a otro.

En cuanto a los servicios que ofrece cada empresa, si bien son excursiones sin pernocte, los recorridos se realizan en bus y se establecen paradas para el almuerzo o merienda, según sea el horario de cada excursión. Es decir, que se prevé la realización de estas visitas con el adecuado nivel de comodidad exigido por los turistas. Además se pudo observar que las excursiones se encontraban disponibles con guías de habla hispana, portuguesa o inglesa; por tal motivo se puede inferir que entre los visitantes que eligen estos recorridos, existe un porcentaje de pasajeros provenientes de Brasil y de países anglosajones.

En lo relativo a las dos agencias de viajes elegidas en Paraguay, la empresa Marviajes, con sede en Asunción, ofrece en su sitio web una excursión de día completo que recorre la ciudad de Encarnación y las ruinas Jesuíticas de Trinidad, localizadas dentro del territorio de este país; y un programa de dos días a Encarnación y Posadas, visitando las ruinas de Trinidad en Paraguay y de San Ignacio Miní en Argentina ("MAR VIAJES - Agencia de Viajes y Turismo en Paraguay", s.f.). Este último programa de dos días, incluye un pernocte en un hotel con desayuno ubicado en Encarnación.

En el sitio web de la agencia DTP Travel Group de Encarnación ("DTP Travel Group", s.f.), se exhiben paquetes similares de hasta dos noches de estadía. En la web se presenta una opción de excursión de día completo a las reducciones paraguayas de Santísima Trinidad y Jesús de Tavarangüé; un paquete de dos días y una noche en el que también se visitan estos dos sitios; y uno de tres días y dos noches en el que se visitan las Cataratas del Iguazú (haciendo noche en Foz de Iguazú), la represa de Itapú y a las dos reducciones mencionadas anteriormente. Para las tres opciones, esta agencia brinda la opción de iniciar el recorrido en la ciudad de Encarnación o en Asunción.

Por último, en lo que refiere a Brasil; en base a las observaciones realizadas en los sitios web de las empresas Missões Turismo, localizada en San Miguel das Missões, y Caminho das Missões, con sede en Santo Ângelo; estas agencias son las únicas que ofrecen circuitos cuyo recorrido transita por más de dos naciones, visitando en el mismo paquete los tres países: Brasil, Argentina y Paraguay.

Con respecto a la empresa Missões Turismo, ésta ofrece a través de su página web ("Missões Turismo", s.f.) paquetes de hasta 6 días de recorrido, visitando los sitios de San Miguel das Missões (en Brasil), San Ignacio Miní y Santa Ana (en Argentina), y La Santísima Trinidad y Jesús de Tavarangüé (en Paraguay), todos declarados Patrimonio Mundial por UNESCO. Los servicios que ofrece esta empresa son de máxima categoría, dado que las pernoctaciones se realizan en hoteles 4 y 5 estrellas y los recorridos se realizan en bus con altos grados de confort.

En conclusión, en función del análisis de las páginas web de las agencias de viaje que se han mencionado hasta este momento, se pueden realizar las siguientes observaciones:

- En todas las webs analizadas se ofrecen excursiones sin pernoctaciones, y algunas de ellas también comercializan paquetes más completos que incluyen noches de alojamiento, los cuales tienen una duración de hasta 6 días.
- Todas las empresas ofrecen la posibilidad de visitar las misiones combinando un recorrido por hasta dos países diferentes. Únicamente la agencia brasilera Missões Turismo ofrece un paquete en el que se recorren los sitios arqueológicos de las tres naciones: Brasil, Argentina y Paraguay.
- En general se ofrecen como excursiones complementarias a un atractivo más consolidado, quedando así relegadas a la oferta principal de cada destino.
- Los servicios ofrecidos por estas agencias están enfocados en brindar un tour cómodo y práctico, con niveles medios y altos de confort.
- En ninguno de los paquetes mencionados en los sitios web analizados, se incluyen visitas a aldeas guaraníes de la región. Por esto se infiere que se otorga poca importancia a los aspectos relacionados a la cultura guaraní, ya sea porque no es el objetivo del recorrido o por los tiempos acotados con los que se realizan los mismos.

Ahora bien, en lo que respecta a la empresa Caminho das Missões, luego de analizar su sitio web, se pudo constatar que esta operadora ofrece paquetes completamente diferentes a los prestados por el resto de las empresas, en lo que se refiere a los servicios que brinda y a las experiencias que pretende transmitir. En primer lugar, Caminho das Missões se especializa exclusivamente en ofrecer tours de peregrinación (es decir caminatas a pie) y senderos de cicloturismo; y en segundo lugar, esta agencia comercializa el Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes, seleccionado como caso de estudio en esta investigación, como una experiencia de contacto estrecho con las comunidades locales, *"en donde los peregrinos pueden sentirse inmersos en el mundo de las Misiones, entender su historia y comprender el legado que actualmente continúa vivo en los pobladores de esta región"* (Caminho das Missões, s.f.).

Obviamente, esta operadora no se enfoca en la comodidad o el confort de los peregrinos, por lo que, si bien tiene establecimientos y albergues en los que el caminante puede dormir cómodamente, no ofrece pasar noches en hoteles de categoría, como sí lo hacen las demás agencias.

Como se mencionó previamente en esta misma sección del presente trabajo de investigación, Caminho das Missões fue fundada en el año 2001 y tiene su sede en Santo Ângelo. Hoy en día cuenta con agencias asociadas en Paraguay y en Argentina, las cuales pueden vender sus rutas y también realizar los trabajos operativos de recepción de peregrinos: en Paraguay, la agencia La Misión Group (en Encarnación), la cual es una agencia de viajes minorista dedicada específicamente al ecoturismo; y en Argentina la agencia Verdagua (en Posadas) que se especializa en la venta de actividades relacionados al turismo cultural y ambiental.

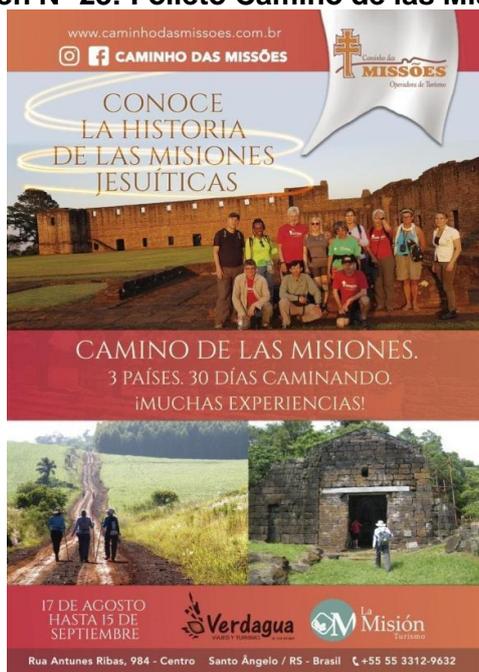
Actualmente, la empresa ofrece recorridos dentro del propio territorio nacional, es decir por las misiones localizadas en Brasil, y también circuitos internacionales; que pueden realizarse de forma grupal o autoguiados. En su sitio web la operadora recomienda los senderos con modalidad autoguiada para los *“peregrinos expertos”*, es decir aquellos que ya han realizado una o más caminatas con modalidad grupal, hasta que se deciden por recorrer los caminos por cuenta propia.

Sin embargo, existen senderos que únicamente tienen modalidad autoguiada, como son los circuitos de cicloturismo, que además solamente recorren el territorio brasileiro. Como se exhibe en la web de Caminho das Missões, existen dos programas de cicloturismo: uno con una estadía de 3 días y otro de 5 días.

En lo que respecta a los circuitos de peregrinación a pie, en la web se exponen algunas otras alternativas. Hay opciones de circuitos que transitan solamente por los sitios del territorio brasileño, que pueden tener una duración de catorce, once, nueve, seis o cuatro días; y opciones de tours internacionales, cuyos recorridos involucran a dos o a los tres países que poseen vestigios de las misiones jesuítas en su territorio.

Las rutas internacionales son tres, y varían según las distancias y las noches de estadía: existe un camino más corto tiene una estadía de 8 días y recorre 250 km, pasando por todos los sitios arqueológicos de las misiones pertenecientes a Brasil y Argentina; una ruta intermedia de 13 días y 342 km, que transita por las reducciones argentinas y paraguayas; y un circuito más largo que posee 30 días de estadía y recorre la totalidad de los 30 pueblos misioneros de Argentina, Brasil y Paraguay. Este último tiene una longitud de 750 km, iniciando en San Ignacio Guazú (Paraguay) y finalizando en Santo Ângelo (Brasil) (ver imagen N° 23).

**Imagen N° 23: Folleto Camino de las Misiones**



Fuente: Sitio web Camino de las Misiones (Caminho das Missões, s.f.)

En cuanto a los servicios que ofrece Caminho das Missões a los peregrinos, en base a lo publicado en su sitio web, se puede decir que esta empresa brinda las prestaciones básicas y necesarias para que el peregrino pueda descansar y comer en ambientes tranquilos, cómodos, pero sin lujos. En ese sentido, un rasgo particular de esta agencia que la distingue de las ya estudiadas previamente en este mismo apartado del trabajo, es que los pernóctes se realizan en casas de familias.

Es decir, las prestaciones de servicio que realiza esta operadora son acordes al segmento de demanda que posee. Según los datos recopilados de su sitio web, se pudo deducir que los paquetes que ofrece Caminho das Missões se orientan a un segmento muy específico de demanda interesado principalmente en la peregrinación, la cultura, la religión o el deporte.

Como fue planteado anteriormente, a los efectos de profundizar en este sentido, y también para entender el proceso de armado y planificación que requirió el desarrollo de los diferentes programas comercializados por la empresa, se decidió establecer contacto con la misma y se logró llevar a cabo una entrevista con Marta Antônia Benatti (comunicación personal, 01 de Julio, 2020), una de sus cuarto fundadores.

En cuanto al proceso de diseño de las rutas que la empresa ofrece actualmente, la mencionada entrevistada describió la forma en la que ella y sus tres socios debieron ponerse de acuerdo para planificar este proyecto en tres etapas:

Para la primera etapa, que se llevó a cabo desde el 2001 hasta el año 2005, se diseñó un camino sencillo de apenas 3 días de estadía por algunos de los sitios ubicados en territorio brasileiro. Luego del lanzamiento del primer sendero experimental, los fundadores de esta empresa decidieron ampliar el recorrido, brindando una estadía de 8 días.

En una segunda etapa, que se realizó en el año 2005, se decidió incorporar en un mismo itinerario a todas las reducciones brasileras mediante el diseño de un programa de 14 días de estadía.

Para la tercer y última etapa, la cual se terminó de implementar en el año 2013, se tenía previsto el programa más ambicioso que ofrece esta agencia: el camino internacional que transita por los 30 pueblos jesuíticos de Brasil, Argentina y Paraguay. Con esta última etapa se pretendía contar la historia completa de las reducciones, la cultura guaraní y el proceso de evangelización jesuita.

Sin embargo, según lo expresado por M. A. Benatti durante la entrevista, para el desarrollo de esta última fase los cuatro socios habían estimado un plazo de 5 años, pero debido a dificultades en el diseño de la ruta, la misma se extendió a 8 años. Esto se debió, principalmente, a que la ruta debía transitar por senderos que respetaran de la manera más fiel posible a los caminos originales que conectaban a los pueblos misioneros antiguamente. Una de las principales dificultades que los fundadores de esta empresa tuvieron que afrontar en ese sentido, fue escoger estos caminos de forma que no atravesaran campos privados y que además fueran no pavimentados (para respetar la idea estética que tenían los caminos de antaño).

Otro obstáculo que el diseño de esta ruta tuvo que sortear, fueron las grandes distancias existentes entre los centros de servicios. En este aspecto, M. A. Benatti especifica que los tramos de caminata por día no deben tener más de 30 o 32 km, y además deben contemplar paradas intermedias para el descanso de los peregrinos. Pero existían tramos muy largos en los que no era posible contar con lugares físicos, que ofrecieran los servicios mínimos requeridos, como por ejemplo un baño. Por este motivo, indica la entrevistada, fue que se decidió establecer contacto con familias locales, ofreciéndoles la posibilidad de albergar pasajeros en sus propias casas y obtener ingresos económicos por eso.

Incluso aún hoy en día el camino internacional presenta dificultades relacionadas a los pasos transfronterizos. Según lo indicado durante la entrevista, las demoras de tiempo en la aduana son cada vez mayores, generando cansancio y descontento en el grupo de caminantes.

En lo que concierne al segmento de demanda al cual se dirige la operadora Caminho das Missões, su fundadora informó durante la entrevista que el grupo etario interesado en recorrer las rutas a pie ronda los 50 años, mientras que en las rutas de cicloturismo varía en un rango de entre los 30 y los 40 años. También especifica que en lo que se refiere particularmente a la ruta internacional de 30 días, las nacionalidades de los turistas son de los países que integran el circuito (Argentina, Brasil y Paraguay), y eventualmente se reciben, aunque en mucha menor cantidad, turistas extranjeros, varios de ellos estadounidenses.

De cualquier forma, según lo expresado por la entrevistada, se trata de un segmento de demanda que no se interesa por las comodidades, sino que más bien busca vivir experiencias únicas; vinculadas a la cultura, la gastronomía y el deporte. Por lo anteriormente expuesto, se puede inferir que el público que se ve atraído por este tipo de rutas no representa el mayor número de turistas que visitan la región, por el contrario, es un grupo bastante reducido y con características bien definidas.

En tal sentido, durante la entrevista Marta A. Benatti enfatiza acerca de este aspecto indicando lo siguiente:

*“Recorrer las rutas internacionales, y en especial la de 30 días, genera experiencias de vida únicas que no tienen tanto que ver con el recorrido en sí, sino con las relaciones humanas que se forman a lo largo de la estadía. Eso es lo que busca el pasajero, por eso decide emprender este camino. Se forman equipos muy cálidos en donde se van creando lazos de amistad, entre los mismos peregrinos y también con las personas con las que se encuentran a lo largo del recorrido, como son por ejemplo las familias que los hospedan.”*

---

(Marta Antônia Benatti, comunicación personal, 01 de Julio 2020)

En base a lo relatado por la entrevistada, se entiende que en la vivencia de estas experiencias de vida, quienes recorren esta ruta a lo largo de los 30 pueblos misioneros establecen vínculos con las comunidades locales receptoras, en especial con quienes les ofrecen hospedaje. Estos vínculos pueden resultar enriquecedores para fomentar los objetivos de integración regional, ya que tanto turistas como residentes logran identificar los valores identitarios comunes a esta región, a la vez que se asimilan y comparten sus diferencias.

Por lo que se refiere a esta modalidad de alojamiento en casas de familia, y de acuerdo a lo enunciado por la fundadora de Caminho das Missões a lo largo de la entrevista, se considera que resulta un gran punto a favor en lo que respecta a el fomento de los objetivos de integración regional. En ese contacto es que se establecen las mayores relaciones entre los peregrinos y las comunidades de destino; debido a que en dicho encuentro se generan espacios para el intercambio de anécdotas y recomendaciones. Tal como indica Marta A. Benatti, esto se debe a que, la mayoría de las veces, los propietarios de los albergues son peregrinos que ya han realizado alguno de los circuitos con la empresa, por lo que pueden compartir sus experiencias vividas y brindar sugerencias.

Asimismo, al hospedarse en casas de familia se garantiza que el precio sea más económico, y que el ingreso generado por este tipo de turismo quede siempre en manos de las comunidades locales y no de las grandes empresas hoteleras (Marta A. Benatti, comunicación personal, 01 de Julio 2020).

Para concluir, luego del análisis pormenorizado de las páginas web de las diferentes empresas de turismo de la región y en función de los datos surgidos a partir de la entrevista a la Marta A. Benatti, fundadora de la empresa Caminho das Missões, se observa que existen dos formas de comercializar el producto misiones jesuíticas en el ámbito privado.

Por un lado la forma de comercialización que posee la operadora Caminho das Missões, por la cual se ofrece más que un simple recorrido turístico, enfocándose en brindar una experiencia única para el peregrino. Esta empresa se dedica principalmente a estructurar sus programas en función de favorecer a las relaciones entre los miembros del mismo grupo de caminantes, y en fomentar los vínculos entre los peregrinos y las comunidades locales. Lo que convierte a sus itinerarios en una oportunidad para entender el pasado cultural de la región y aprender sobre la historia de las misiones y el legado guaraní.

Y por otro lado, las opciones que ofrecen las demás agencias estudiadas, se enfocan en brindar excursiones prácticas y cómodas, que se realizan en bus y priorizando una hotelería de 4 estrellas. Estos itinerarios se realizan con poco o nulo contacto con las comunidades receptoras, y la mayoría de las veces como complemento a una oferta turística ya consolidada, como las Cataratas del Iguazú.

Por lo tanto, en base a los datos proporcionados a lo largo de esta sección, se concluye que el Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes es comercializado de las siguientes formas:

**A. Como ruta de peregrinación:** Operado por la empresa Caminho das Missões y sus dos oficinas en Argentina (Verdagua) y en Paraguay (La Misión Group), el circuito es ofrecido al público como un recorrido místico, en el que se prioriza la formación de vínculos sociales, entre los mismos peregrinos y entre éstos y las comunidades locales, dejando de lado el comfort. Las rutas se realizan en su mayoría a pie por caminos de tierra (contando con vehículos de apoyo para algun tramo puntual), atravesando aldeas guaraníes (en las que se realizan visitas guiadas) y alojándose en albergues o casas de familias.

Esta operadora apunta a un segmento de demanda con gustos muy particulares y que no representa a la mayoría de los turistas que ingresan a la región. Es un público que se interesa por la historia y por aprender acerca del legado guaraní y el pasado jesuita, dispuestos a generar vínculos y amistades durante el viaje y que valoran más las experiencias que se generan durante el recorrido que la comodidad del mismo.

**B. Como excursiones complementarias:** otras empresas de turismo de las localidades de la región ofrecen paquetes de mayor o menor estadía, enfocadas en la comodidad del turista más que en ofrecer una experiencia inolvidable. Su oferta se centra principalmente en las reducciones con una declaratoria por parte de UNESCO, dejando de lado los otros sitios. Ofrecen circuitos internacionales que vinculan a los sitios de las tres naciones, pero se priorizan las cuestiones técnicas de un circuito comercial, en cuanto a la practicidad y los tiempos de recorrido. Las distancias se realizan en bus, reduciendo el contacto del turista con el residente; y los tiempos de visitas son los pautados por las visitas guiadas. Estas excursiones se suelen ofrecer como una oferta complementaria a las atracciones principales de cada destino.

**C. Como un recurso de valor patrimonial para la región:** desde la esfera del ámbito público, las Misiones Jesuíticas Guaraníes son promocionadas en base a su valor patrimonial para la región. En los sitios de los órganos de turismo de cada uno de los países se observa notoriamente la referencia a la declaratoria como Patrimonio de la Humanidad por UNESCO de los sitios, y dejando en un segundo plano a las reducciones que no cuentan con este título. Se observa una diferencia clave en el sitio web de la Secretaría de Turismo de Paraguay, ya que es el único país que promociona a los sitios con una lógica de ruta, haciendo mención a todas las reducciones jesuitas localizadas en su territorio (cuenten o no con la declaratoria por parte de UNESCO).

Es decir, que en líneas generales los tres países promocionan a los sitios en función de su valor patrimonial y como un recurso único a nivel cultural para la región. Sin embargo, los sitios web de turismo analizados pertenecientes a Argentina y Brasil, solo mencionan de los sitios que fueron declarados Patrimonio Mundial por UNESCO, en cambio la web de la Secretaria de Turismo de Paraguay promueve el desplazamiento de turistas por todos los sitios al proponer una visita con una lógica de itinerario.

## Capítulo 3.

---

En el presente capítulo se intenta comprender la forma en la que se gestiona el Circuito Turístico Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes a partir de las medidas implementadas, tanto a nivel regional (Mercosur) como a nivel nacional o local. Por último se exponen las potencialidades de la tematización de la oferta turística en el mencionado circuito como favorecedora del proceso de integración regional. De esta forma, se pretende dar respuesta a los objetivos cuatro y cinco planteados para esta investigación.

Este último capítulo se divide en tres secciones. En la primera se exponen los actores que tienen participación en la gestión del circuito (a niveles regionales, nacionales, provinciales y locales), y también aquellos que deberían tener una intervención mayor. En la segunda parte se analizan acciones referidas al circuito caso de estudio implementadas por el Mercosur, y que tuvieron la finalidad de contribuir a la integración regional. Por último, en la tercera parte, se evalúa el potencial de la temática Misiones Jesuíticas empleada en el circuito como favorecedora de procesos de integración regional en el Mercosur, identificando las acciones que se han tomado y que han funcionado y proponiendo otras que han sido implementadas en otros países del mundo.

Para el desarrollo de este capítulo se realizaron las siguientes entrevistas:

- Gabriel Comparato: docente e investigador de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) y de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE)
- Silvia Liliana Paredes: docente e investigadora de la Universidad Nacional de Misiones (UNM) y docente de la tecnicatura en Hotelería y Gastronomía en instituto terciario.
- Claudia Mabel Abelen: graduada en Turismo y Comunicación en la Universidad Nacional de Córdoba. Magíster en Alto Gerenciamiento en Planificación de Sectores Público y Privado, en la Universidad Internacional de Andalucía.

Además, se complementó con información proporcionada durante la entrevista a Marta Antônia Benatti (ya citada en el capítulo previo), quien es una de las cuatro fundadoras de la empresa Caminho das Missoes.

### 3.1 Actores involucrados en la gestión del circuito

Resulta difícil hablar de todos los actores involucrados en el circuito, tanto en materia de gestión como los beneficiarios del desarrollo del turismo en la región. Como indica Comparato (2018), existe una compleja red de actores involucrados debido a que, por tratarse de una región transfronteriza, existen órdenes jurídico-políticas diferentes. Resulta difícil lograr el acuerdo de las distintas organizaciones con intereses y lógicas diferentes, con distintos niveles administrativos (nacionales, provinciales, internacionales, etc.) y distinta naturaleza (público, privada, sin fines de lucro, etc.)

Además, y como ya se explicó en el capítulo anterior, de las 30 reducciones jesuíticas pertenecientes al Circuito Turístico Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes del Mercosur –el circuito tomado como caso de estudio–, 7 cuentan con la declaratoria de Patrimonio de la Humanidad de UNESCO. Estos siete sitios poseen una protección de nivel internacional, por lo que su gestión debe estar en manos de organismos nacionales de cada país y supervisados por UNESCO, como instancia internacional.

Con esto se entiende que, aunque se estudiaran solamente los siete casos que cuentan con la declaratoria de Patrimonio Mundial, la estructura técnica institucional con la que cada con la que cada país gestiona los sitios es de por sí complicada, por el hecho de que

involucra a varios niveles administrativos. A esto se le debe sumar los sitios que no cuentan con la declaratoria por parte de UNESCO, pero que forman parte del conjunto de 30 pueblos pertenecientes al Circuito Turístico Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes del Mercosur, y que deben ser gestionados o al menos supervisados por un organismo de carácter regional de un bloque que no es constante en el establecimiento de políticas.

A continuación, se exponen, agrupados bajo diferentes subtítulos, a los actores con mayor injerencia en la toma de decisiones vinculadas a la gestión de los sitios y también a aquellos que deberían poseer una participación mayor.

### **3.1.1. Comisión de Patrimonio Cultural del Mercosur**

En lo que refiere al Circuito Turístico Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes, tomado como caso de estudio, la coordinación a nivel regional del proyecto está a cargo de la Comisión de Patrimonio Cultural del Mercosur (CPC), la cual es el órgano de asistencia de la Reunión de Ministros de Cultura (RMC) (Comparato, 2018). Esta Comisión depende orgánicamente de la RMC y ésta a su vez depende del Consejo de Mercado Común (CMC).

Como indica el citado autor, si bien la cultura no fue considerada desde los orígenes del Mercosur ni se generó nunca un subgrupo de trabajo abocado al tema, desde 1992 existen las Reuniones Especializadas en Cultura y las Reuniones de Ministros de Cultura (RMC), en las que se tratan temas vinculados al apoyo a emprendimientos culturales y artísticos conjuntos, y la realización de acciones para conservar el patrimonio histórico y cultural de la región. La RMC tiene como principal función la presentación ante el CMC de propuestas de cooperación y coordinación en temas relacionados a la cultura promoviendo la difusión y el conocimiento de valores y tradiciones culturales del Mercosur.

En el marco de las Reuniones Especializadas en Cultura se tomaron la mayoría de las iniciativas en relación al Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes, como por ejemplo la creación de la categoría Patrimonio Cultural del Mercosur, la cual dio pie al desarrollo de la Lista de Patrimonio Cultural del Mercosur en la que figura inscripto desde el año 2015 el ya mencionado circuito (Comparato, 2018).

Las principales funciones de la Comisión de Patrimonio Cultural del Mercosur son establecer directrices de actuación, supervisar el desarrollo de las actividades para su coordinación ejecutiva y realizar actividades junto con el Comité Técnico de Patrimonio y Turismo (COMPAT).

En el marco de dicha Comisión, como se explicará en apartados posteriores, se establecieron los lineamientos básicos para una gestión compartida del Circuito Turístico Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes, instando a los países a utilizar estos bienes como elementos de integración y desarrollo regional. Sin embargo, esta comisión pretende ser el órgano que supervisa a nivel regional la gestión de este circuito, pero lamentablemente depende de la importancia que los diferentes gobiernos nacionales le den al turismo y al proceso de integración regional en sí mismo en cada etapa histórica.

### **3.1.2. Reuniones Especializadas en Turismo (RET) y Reuniones de Ministros de Turismo (RMTUR)**

Además de la Comisión de Patrimonio Cultural del Mercosur, existen las Reuniones Especializadas en Turismo (RET) y las Reuniones de Ministros de Turismo (RMTUR). Vale la pena recordar que las RET dependen del Grupo Mercado Común (GMC) y conforman ámbitos de consulta y debate sobre temas específicos que no son tratados en ninguna otra instancia institucional del Mercosur. Se establecieron por la decisión N° 09/91 del Consejo el mismo año de creación del Mercosur, tienen como objetivo hacer

recomendaciones al Grupo Mercado Común (GMC) para la coordinación de políticas turísticas (Rucci, 2014).

Las RET poseen una estructura propia dividida en cuatro Subcomités que tratan programas o modalidades de turismo diferentes: el Subcomité de Turismo Termal, el Subcomité Polo Turístico Iguazú, el Subcomité de Ecoturismo y el Subcomité de Misiones Jesuíticas (Wesner, 2004).

Sin embargo, algo que también ha sido mencionado en capítulos anteriores y que será retomado en las próximas secciones, es que si bien el turismo sigue ganando espacios dentro de la estructura institucional del bloque su tratamiento no es constante y por lo tanto tampoco lo son las medidas implementadas en las Reuniones Especializadas.

Las RMTUR, creadas en 2003 por medio de la Decisión N° 12/03 del Consejo Mercado Común, tienen como función “proponer al Consejo del Mercado Común medidas tendientes a la coordinación de políticas para promover la difusión del turismo entre los países del MERCOSUR, así como el incremento del flujo de turistas de terceros países hacia los estados parte” (artículo 1, DEC N° 12/03). En estas reuniones se tratan temas vinculados con los circuitos turísticos complementarios, la homogeneización de las estadísticas turísticas, la promoción conjunta para mercados lejanos y la creación del Fondo de Promoción Turística del Mercosur (FPtur) (Rucci, 2014). Permiten establecer los lineamientos políticos sectoriales y coordinar acciones comunes en las áreas de su competencia (Comisión de Representantes Permanentes del MERCOSUR, 2016).

### **3.1.3. UNESCO y organismos nacionales de los sitios declarados Patrimonio Mundial**

En base a lo expuesto en el sitio web de UNESCO (s.f.), se puede observar que en lo que refiere específicamente a los 7 sitios declarados Patrimonio de la Humanidad, esta organización establece que los mismos son propiedad del Estado y por lo tanto su gestión debe estar a cargo de cada uno de los gobiernos nacionales en cuyo territorio se encuentren los sitios arqueológicos.

Así es que entonces en Brasil, las ruinas de São Miguel Arcanjo, en el municipio de São Miguel das Missões, dependen del Instituto Nacional de Patrimonio Histórico y Artístico (IPHAN). El IPHAN es la institución responsable de proporcionar las estructuras técnicas necesarias para gestionar y conservar el patrimonio cultural, proporcionando pautas para regular la planificación urbana en las áreas que rodean la propiedad cultural. Las acciones institucionales actuales están relacionadas con el Plan de Gestión del Parque Histórico Nacional de Missões, que tiene el propósito de garantizar gestión en los distintos niveles de gobierno y estructurar asociaciones para fomentar un desarrollo socioeconómicamente sostenible (UNESCO, s.f.).

En Argentina, como también se expone en el sitio web de UNESCO (s.f.), todos los sitios están legalmente protegidos a nivel nacional mediante las sucesivas declaraciones de “Monumentos Históricos Nacionales” y de “Patrimonio Cultural Histórico”. Su protección y preservación está a cargo de la Comisión Nacional de Museos, Monumentos y Lugares Históricos, de conformidad con la Ley 12665. Mientras que a nivel provincial su administración depende de la Subsecretaría de Cultura de la Provincia de Misiones (Comparato, 2018).

Por último, en Paraguay, las reducciones de La Santísima Trinidad y Jesús de Tavarangüé corresponden a la Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR), que es responsable de su administración (Comparato, 2018). En el sitio web de UNESCO se indica que se han aprobado varios planes, incluido el Plan de prospección arqueológica, el Plan para la preservación de toda la Misión y un Plan de gestión anual.

En el siguiente cuadro (Nº 24) se puede apreciar a modo de resumen los diversos organismos nacionales encargados de la administración de los sitios declarados Patrimonio Mundial por UNESCO.

**Cuadro Nº 24: Organismos con competencia en la gestión o administración de los sitios con declaratoria de Patrimonio de la Humanidad de UNESCO**

País	Sitio	Organismo interviniente	Nivel administrativo
<b>Todos</b>	Todos	UNESCO	Internacional
<b>Argentina</b>	Nuestra señora de Loreto	Comision Nacional de Monumentos y de Lugares Históricos (CNMMLH)	Nacional. Organismo propietario
	Santa María la mayor		
	San Ignacio mini	Subsecretaría de Cultura de la Provincia de Misiones	Provincial. Órgano administrador
	Santa Ana		
<b>Brasil</b>	San Miguel de las Misiones	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN)	Nacional. Administración y propiedad
<b>Paraguay</b>	Jesús de Tavarangüé	Secretaria Nacional de Turismo (Senatur)	Nacional. Administración y propiedad
	Santísima trinidad		

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Comparato (2018)

Sin embargo, merece la pena recordar que para UNESCO existen dos declaraciones diferentes: por un lado, la declaración de 1983 de los sitios correspondientes a Brasil y Argentina (este último país incluido como una extensión en el año 1984), y por otro lado la declaración de los dos sitios paraguayos en 1993. Por ser declaratorias diferentes no poseen un plan de gestión común a todos los sitios, sino que cada país los administra de forma independiente, siendo UNESCO un órgano internacional de supervisión que debe garantizar la conservación de los mismos pero que no interfiere en su administración.

### 3.1.4. Organismos privados

Por otra parte, a nivel privado, y como se expuso en el capítulo anterior, existen algunas agencias de viajes que ofrecen excursiones a todos o a algunos de los sitios que componen el Circuito Turístico Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes del Mercosur. Merece la pena recordar a Caminho das Missões, operadora brasilera que ofrece diferentes caminos de peregrinación hacia las reducciones; y a otras agencias locales que ofrecen tours combinando algunos de los sitios arqueológicos dentro del mismo territorio nacional o combinando diferentes naciones.

Sin embargo, y como indica Marta Antônia Benatti, una de las cuatro fundadoras de Caminho das Missões, durante la entrevista (M. A. Benatti, comunicación personal, 01 de julio, 2020), como empresa privada no tuvieron participación en la gestión internacional del circuito. Si bien ellos organizaron los caminos, establecieron alianzas con agencias de viajes de las naciones vecinas y con los diferentes tipos de albergues para brindar alojamiento a los peregrinos, no participaron nunca de ámbitos de consulta o de programas lanzados por los diferentes Estados para contribuir a la gestión del Circuito Turístico Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes.

Marta también reconoce, sin embargo, que deben adaptarse a las distintas regulaciones ya existentes en los sitios arqueológicos que les restringen ciertas actividades. Con esto se refiere, obviamente, a las medidas de protección que tenga cada sitio con respecto al recibimiento de turistas y a las acciones que éstos puedan o no realizar allí. En ese sentido, la fundadora de Caminho das Missões indica que algunos de ellos poseen normas más estrictas que otros, muchas veces dependiendo si ese componente arquitectónico

tiene o no la protección internacional derivada de la declaratoria como Patrimonio de la Humanidad de UNESCO.

Es decir que, si bien existen operadoras de turismo que se encargan de la comercialización del circuito -ya sea vendiendo tours de peregrinación o excursiones cortas a algunos de los sitios en concreto-, estas empresas no tienen demasiada influencia en la gestión del circuito como ruta internacional, sino que cada empresa se limita a ofrecer recorridos armados y gestionados por ellos mismos respetando las diferentes reglamentaciones indicadas en cada uno de los sitios que se visitan.

En esta misma línea de ideas se enmarca lo expuesto por la Licenciada en Turismo Silvia Liliana Paredes, quien, en su rol de docente de la Universidad Nacional de Misiones, reafirma lo anteriormente explicado. Ella indica que existen en la región reconocidas agencias de viajes de turismo receptivo, cadenas hoteleras y también una gran cantidad de micro emprendedores, quienes poco a poco comienzan a tener voz dentro de los ámbitos de negociación en el sector turístico de la región. Sin embargo, también aclara que podrían lograr mucho más que eso si se crearan asociaciones entre privados, cosa que aún no ha ocurrido (S. L. Paredes, comunicación personal 29 de marzo, 2020).

### **3.1.5. Comunidades guaraníes y residentes locales**

Silvia L. Paredes (comunicación personal 29 de marzo, 2020) también explica que, en líneas generales, hay una muy buena aceptación del turismo por parte de los residentes (al menos en la Provincia de Misiones), por el hecho de que la mayoría de sus habitantes consiguen empleo gracias a los grandes emprendimientos turísticos. Sin embargo, el sobre consumo que genera la afluencia masiva de turistas en el destino, genera ciertas desventajas para la comunidad, las más notorias tienen que ver con la falta de presión de agua, la acumulación de residuos, los cortes de luz, etc. Además, como indica Comparato (2018), los sitios que se encuentran declarados patrimonio mundial por UNESCO dependen por ley de un organismo nacional, por lo que los beneficios recaudados por turismo en esos sitios rara vez llegan a la población local. Esto significa que los ingresos generados por turismo no se reinvierten en la comunidad receptora, sino que terminan financiando otros proyectos a nivel nacional, que muchas veces ni siquiera tienen que ver con la actividad turística.

En lo que respecta a las comunidades guaraníes, la situación es más compleja. Las comunidades de la parcialidad Mbya Guaraní, que como se ha explicado en capítulos anteriores, es la parcialidad que habita hoy en día la región, presentan diferencias entre sí en lo que refiere a la aceptación del turismo dentro de su comunidad. Silvia L. Paredes ha dedicado su carrera a investigar la relación de dichas comunidades con el turista, y durante la entrevista cuenta que para realizar sus investigaciones debe dividir las diferentes comunidades en categorías de acuerdo al nivel de aceptación que las mismas presenten hacia el turismo.

Ella explica que, por un lado, existen algunas comunidades muy abiertas al turismo, que trabajan en conjunto con algunas agencias de viajes, y que permiten el ingreso de turistas dentro de la comunidad; mientras que por otro lado, existen comunidades que no desean establecer ningún tipo de contacto con los turistas. También indica que existe una categoría intermedia, en la que si bien no se reciben turistas dentro de la comunidad, los habitantes salen de la misma para vender sus artesanías en diversos espacios muy transitados por los visitantes.

En general, las comunidades que permiten el ingreso a los turistas lo hacen de acuerdo a sus lógicas. Es decir, se respetan los momentos de privacidad de sus habitantes, las visitas se realizan en grupos reducidos y siempre con un guía local que vive en dicha comunidad.

Sin embargo, según lo expresado por la entrevistada Silvia L. Paredes, angustiosamente estas comunidades no han estado exentas de ser víctimas de delitos graves, como lo son

la trata de personas o el tráfico de drogas. Asimismo, a los consabidos procesos de colonización que sufrieron a lo largo de la historia, se suma el hecho de ser objeto de estafas producto de la especulación inmobiliaria, es así que se da el caso de comunidades que han sido desplazadas de su territorio original debido a la construcción de grandes hoteles, y esto ha dado pie a conflictos internos y hasta en la ruptura de las mismas.

En otras palabras, existen muchas realidades diferentes según cuál sea la relación que cada comunidad tenga con la actividad turística. Además, explica la docente, la situación evoluciona de acuerdo a cómo fluctúan las comunidades guaraníes en sí mismas, ya que al ser sociedades dinámicas se van disolviendo y creando nuevas. Por lo tanto, según quien esté al frente de cada comunidad y según lo que decidan sus habitantes, la relación entre dicha comunidad y los turistas también se modifica.

A modo de conclusión, tanto los residentes como las diferentes comunidades guaraníes que habitan actualmente la región, tienen una escasa participación en los procesos de gestión y también en el aprovechamiento de los beneficios económicos derivados del turismo. Si bien por un lado los pobladores locales reconocen que la actividad turística es la principal fuente de empleo en la zona, también son víctimas de las desventajas derivadas de la sobrecarga en el destino por la afluencia masiva de turistas –como la falta de presión de agua, la generación excesiva de residuos, los cortes de luz, etc.-. Por otro lado las comunidades guaraníes que mantienen contacto con turistas, obtienen algunos de los beneficios económicos de esta actividad –derivados de la venta de artesanías o del cobro de entradas para el ingreso- pero también sufren las consecuencias cuando la actividad se lleva de manera invasiva, sin respetar los momentos de privacidad y el desarrollo cotidiano de los habitantes de la comunidad. Finalmente, como ya se ha expuesto, padecen además las problemáticas típicas de una región transfronteriza (el contrabando y la trata de personas).

### **3.2. Herramientas y mecanismos de gestión tomados en el Circuito Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes**

Previamente, se mencionaron las principales instancias u organismos con incumbencia en la gestión y en el desarrollo de acciones relacionadas al Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes –tomado como caso de estudio-. En el presente apartado, se describen algunas de las principales medidas tomadas por cada uno de dichos organismos para el desarrollo, gestión y promoción del circuito; y que han sido propuestas con la intención de favorecer al proceso de integración regional del bloque. Se decidió dividir esta sección en dos: en la primera parte (apartado 3.2.1.), se analizan las acciones implementadas a nivel regional; y en la segunda parte (apartado 3.2.2.) se indaga acerca de las herramientas de gestión que poseen los diferentes estados a nivel nacional, en materia de turismo y vinculados al circuito caso de estudio.

Cabe recordar que, en base a la metodología implementada para el desarrollo de la presente investigación, se realizaron entrevistas a cuatro informantes clave, profesionales en materia de turismo. Previamente ya se citó a dos de ellos: Silvia Liliana Paredes (docente en la Universidad Nacional de Misiones) y Marta Antônia Benatti (fundadora de la empresa Caminho das Missões).

Para el desarrollo de este apartado, a los efectos de poder contar en primera mano con sus experiencias en el campo de la gestión turística a nivel regional, se citarán los aportes realizados por Gabriel Comparato y Claudia Mabel Abelen, que pudieron contribuir en base a sus conocimientos y a su punto de vista, con la información bibliográfica recopilada. Vale la pena volver a enunciar sus ámbitos de competencia en materia de turismo:

- Gabriel Comparato, es docente e investigador de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) y de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE), y consultor turístico.
- Claudia Mabel Abelen, es arquitecta y graduada en Turismo y Comunicación en la Universidad Nacional de Córdoba. También es magíster en Alto Gerenciamiento en

Planificación de Sectores Público y Privado, en la Universidad Internacional de Andalucía; y autora de más de 50 proyectos de carácter nacional e internacional que tienen entre sus objetivos el desarrollo regional, la reactivación económica, la cultura y el desarrollo local, la sostenibilidad, la competitividad y la planificación turística.

Ambos coinciden en que a nivel regional, en lo que respecta a las acciones tomadas en el marco del Mercosur, si bien ha habido acciones vinculadas al turismo y en particular al Circuito Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes, las mismas siempre tuvieron un carácter enunciativo y no se ha logrado sostenerlas a largo plazo.

Esto, y como indica Comparato (2019), probablemente se deba a que el proceso de integración regional del Mercosur fue siempre muy errático, ya que estuvo condicionado por los diferentes gobiernos que le dieron más o menos importancia a la integración regional según el momento histórico por el que estuvieran atravesando. Y, obviamente, el sector turístico dentro del bloque no quedó exento de este conflicto, ya que según los ideales propios de cada época se le fue asignando una mayor o menor importancia dentro de la agenda del Mercosur.

Además, y siguiendo con la idea del ya citado autor, en lo que refiere específicamente al Circuito Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes, la ejecución de programas y acciones desde el Mercosur ha tenido históricamente una marcada lentitud, derivada de la existencia de diferentes dependencias orgánicas en lo que respecta a la propiedad y administración de los sitios –como se ha podido reflejar en la sección previa-.

Por su parte, Claudia M. Abelen (comunicación personal, 31 de agosto, 2020) coincide con lo antedicho e indica que el proceso de integración regional en el Mercosur se ha ido dando y no dando a lo largo del proceso histórico del bloque, siendo el factor político el principal determinante en los períodos de evolución o retroceso de las ideas integracionistas. La entrevistada explica que si bien la actividad turística es sin duda un factor de contribución a los objetivos de integración regional del Mercosur, los avatares políticos por los que ha transcurrido cada uno de los Estados miembro en los diferentes momentos históricos, han ido determinando las relaciones intrabloque; y, en este contexto, la falta de continuidad y de medidas claras hicieron que, al igual que otras actividades económicas, el turismo no pudiera desarrollarse en todo su potencial dentro del Mercosur.

En resumen, si bien a lo largo de la historia del Mercosur existieron acciones tendientes a impulsar al turismo como un facilitador de la integración regional, estas acciones no pudieron tener una continuidad a lo largo del tiempo. Sobre este punto se volverá a hacer hincapié en las secciones finales de la presente investigación, pero para ello es necesario conocer las diferentes acciones que se han llevado a cabo para la gestión del Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes a nivel regional y nacional, las cuales se exponen a continuación.

### **3.2.1. Acciones tomadas a nivel regional**

El Circuito Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes, fue una iniciativa tratada desde los inicios del bloque dentro del marco de las Reuniones Especializadas en Cultura (REC). Desde una etapa muy temprana, se buscó conformar una comisión técnica abocada al tema y se firmó, en 1994, un Protocolo de Intenciones para la Integración Turística de la Región de las Misiones argentinas, brasileras y paraguayas (Comparato, 2018). En el marco de las REC, además, se creó la categoría Patrimonio Cultural del Mercosur, que sin dudas fue un avance para incentivar a los diferentes países a establecer mecanismos de coordinación a los efectos de gestionar bienes en común.

Sin embargo, no todas las acciones referentes al circuito anteriormente mencionado fueron implementadas en las Reuniones Especializadas de Cultura. En su tesis, Lucia Rucci (2014) menciona al Fondo para la Convergencia Estructural y el Fortalecimiento de la Estructura Institucional del MERCOSUR (FOCEM), el cual resulta ser un elemento de cooperación horizontal que tiene el objetivo de tratar las asimetrías económicas entre los

estados miembros del bloque. El FOCEM fue creado en el año 2004 por decisión del Consejo de Mercado Común del Mercosur (MERCOSUR/CMC/DEC. N° 45/04), y sus fondos son utilizados, entre otras cosas, para financiar proyectos turísticos como es el caso de los “circuitos turísticos integrados”.

En lo que respecta específicamente al Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes, que es el caso de estudio de la presente investigación, cabe mencionar que el mismo se encuentra enmarcado dentro de uno de los proyectos que son financiados por el FOCEM: el denominado “Desarrollo de productos turísticos competitivos en la ruta turística integrada Iguazú Misiones” (Secretaría del Mercosur, 2015). Sin embargo, las intervenciones financiadas en el marco de este proyecto no fueron más allá de mejoras en la infraestructura turística de determinadas áreas, como por ejemplo en las ruinas de la Misión Jesuítica de Santísima Trinidad y los centros de atención al turista en Ciudad del Este, obras que están a cargo de la Secretaría de Turismo del Paraguay (SENATUR).

Por otro lado, las Reuniones Especializadas en Turismo (RET) y las Reuniones de Ministros de Turismo (RMTUR), también tuvieron un papel protagónico a la hora de proponer acciones concretas vinculadas a la gestión o al desarrollo del Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes. Como por ejemplo, la creación de programas de asistencia técnica para alojamientos pertenecientes a dicho circuito. Pero estas acciones, si bien muchas llegaron a concretarse, fueron muy inconstantes a lo largo del tiempo, dificultando su seguimiento y obstaculizando la medición de sus resultados.

Durante la entrevista, Gabriel Comparato (comunicación personal, 20 de septiembre, 2019) puntualizó sobre este aspecto, indicando que, en su opinión, en ningún momento de la historia del Mercosur el turismo o el patrimonio fueron realmente prioritarios en temas de agenda. Para él, nunca se llegó a conformar una política conjunta de turismo, sino que más bien fueron un conjunto de acciones que, en muchos casos, nunca se hicieron tangibles.

En tal sentido, Claudia M. Abelen (comunicación personal, 31 de agosto, 2020) indica que el turismo requiere de estabilidad y de reglas claras por parte de los Estados. Según su opinión, actualmente el turismo no contribuye de un modo determinante ni a la integración ni al desarrollo económico y social del Mercosur, ya que al examinar las iniciativas en materia de turismo que han existido en el bloque a lo largo de la historia, se puede observar que las mismas han quedado reducidas a escasas manifestaciones que sólo han beneficiado a un reducido grupo social.

Por otro lado, hay que recordar que el Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes, Moxos y Chiquitos, no siempre tuvo ese nombre. Como se mencionó al inicio, la idea de un circuito turístico que involucrara a Argentina, Brasil y Paraguay y que tuviera a las Misiones como eje articulador, estuvo presente desde las etapas más tempranas del desarrollo del Mercosur. Sin embargo, la nomenclatura que se le dio a lo largo del tiempo ha ido evolucionando conforme a las medidas resultantes de los diferentes ámbitos de debate. Así entonces, mientras que durante los primeros años se lo reconoce con el nombre de “Proyecto Misiones” o “Misiones Jesuíticas: camino de integración”, hacia los 2000 recibía el nombre de “Ruta de las Misiones” y más tarde “Itinerario Cultural de las Misiones”.

Siguiendo una línea cronológica, los primeros temas tratados a nivel regional, referentes al desarrollo del Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes, datan de 1992. En tal año, durante la primera Reunión Especializada en Cultura (REC) llevada a cabo en Brasilia, se evaluaron posibles áreas de cooperación y coordinación en las que pudiera llevarse a cabo el intercambio cultural y a través de las cuales fuera posible conseguir la integración. Una de dichas áreas fue la de las Misiones Jesuíticas Guaraníes, para la cual se planteó *“estimular la organización y el desarrollo del “Proyecto Misiones” con el objetivo de estudiar, preservar, valorizar y divulgar el patrimonio cultural remanente de las misiones jesuitas-guaraníes” (Acta N° 1/ REC, 1992).*

Tres años más tarde, durante la Reunión Especializada en Cultura de 1995, se continuó tratando esta cuestión. En dicha reunión los Estados Parte acordaron, entre otros temas,

diseñar un programa conjunto para impulsar el desarrollo y la cooperación en torno al circuito, que en aquél entonces era llamado “Misiones Jesuíticas: camino de integración” (ACTA Nº 2/ REC, 1995). Este programa tenía como finalidad la preservación, restauración y valoración del patrimonio relacionado a las Misiones Jesuíticas Guaraníes, y debía contemplar su dimensión ecológica y promover el turismo cultural de la región (Comparato, 2018).

Durante estos años, las reflexiones llevadas a cabo durante las Reuniones Especializadas en Cultura, parecían indicar que se reconocía que la búsqueda de valores patrimoniales comunes podía favorecer a la integración regional, por lo que se establecían ámbitos de debate para la creación de proyectos vinculados a la difusión de una identidad común. Sin embargo, no es hasta mediados de la década del 90 cuando se empiezan a ver acciones efectivas como resultado de dichos debates.

En 1996, se llevó a cabo la Primera Reunión de Ministros de Cultura (RMC) en Brasil. En la misma, según lo indica Comparato (2018), se consideró de interés común un proyecto para la creación del “Centro de Documentación e Investigación, Museo Misiones de San Miguel en Brasil”; y además se constató que la nación Argentina iniciaba la construcción de tres centros de interpretación y apoyo en las Misiones Jesuíticas de San Ignacio, Santa Ana y Loreto. Ese año, por primera vez, se aprecian acciones concretas que han logrado ser llevadas a la práctica, dado que estos centros interpretativos se encuentran vigentes en los sitios hoy en día.

Sin embargo, durante la entrevista a Marta A. Benatti –fundadora de la empresa Caminho das Missões-, ella aclara que estos centros interpretativos o museos no se encuentran presentes en todos los sitios que componen el Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes del Mercosur, sino sólo en aquellos componentes que cuentan con la declaratoria de Patrimonio Mundial de UNESCO, pues así lo exige este organismo a las autoridades encargadas de su administración (Benatti M. A., comunicación personal, 01 de julio 2020). Silvia L. Paredes (comunicación personal, 29 de marzo 2020) añade que para la creación del centro de interpretación de las ruinas de San Ignacio Miní, se han utilizado fondos brindados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que otorga créditos para la gestión y preservación de sitios Patrimonio Mundial.

De todas formas, es importante resaltar esta acción, debido a que dichos centros de interpretación constituyen un espacio que revela el significado patrimonial al visitante, incitándolo a crear una relación lógica entre todos los sitios que poseen la temática “Misiones Jesuíticas Guaraníes”.

Hacia 2008, en la Reunión de Ministros de Cultura llevada a cabo en Buenos Aires, se promovió el diseño de Itinerarios Culturales -llamados por primera vez de ese modo-, uno de los cuales fue el denominado “Ruta de las Misiones Jesuíticas Guaraníes” (ACTA Nº 1/ RMC, 2008). Como indica Comparato (2018), esta intención se concretó al año siguiente durante una reunión técnica entre Argentina y Brasil, en la cual se presentó el anteproyecto “Itinerarios Culturales del Mercosur” y se estableció como primer proyecto piloto el Itinerario Cultural de la Región de las Misiones Jesuíticas Guaraníes. El autor, sostiene que el mismo se lanzó con el propósito de incentivar la valoración de aspectos identitarios comunes, que pudieran resultar una vía para la integración cultural.

En ese sentido, durante el mencionado encuentro, se manifestó que los itinerarios culturales favorecen la comunicación y la comprensión entre los pueblos, e incentivan a la cooperación en materia de conservación y puesta en valor del patrimonio cultural de la región.

En el año 2011, durante la Reunión de Ministros de Cultura llevada a cabo en Asunción, se decidió aprobar un “Proyecto para el Fortalecimiento Institucional para el desarrollo del Itinerario Cultural de las Misiones en América Meridional” (ACTA Nº 1/ RMC, 2011). Como se explica en el Anexo III de la citada Acta, la decisión de aprobar este proyecto se debió a que *“a pesar de las iniciativas ya desarrolladas, ellas no fueron suficientes para promover una actuación articulada que promoviese y estimulase una mayor integración, de modo de*

*propiciar un desarrollo socio-económico y cultural que tome al patrimonio como vector dinamizador de ese desarrollo” (ANEXO III, ACTA N° 1/RMC, 2011).*

El mencionado proyecto, tenía como objetivo generar las condiciones necesarias para fortalecer las estructuras institucionales de los organismos nacionales abocados al Itinerario Cultural de las Misiones Jesuíticas Guaraníes (denominación que poseía, en aquél entonces, el circuito tomado como caso de estudio para la presente investigación), ya que *“sin este proyecto los países involucrados carecerían de los mecanismos de articulación adecuados para el cumplimiento de los objetivos propuestos por esta iniciativa integradora” (ANEXO III, ACTA N° 1/RMC, 2011).* En el documento se ponían en evidencia los siguientes argumentos: las asimetrías existentes a nivel institucional entre los organismos dedicados a la administración de los sitios en cada una de las naciones, las diferencias en cuanto al abordaje que cada país le confiere a la temática de las misiones, la inexistencia de una base de datos integradora que permita compartir información referente al circuito, y el frágil proceso de coordinación entre países derivado de la inexistencia de una instancia técnica ejecutiva única a todos los sitios.

Junto con dicho proyecto para el fortalecimiento institucional del Itinerario Cultural de las Misiones, fue impulsado un Programa de Asistencia Técnica a pequeños hoteles pertenecientes al circuito, que tenía la finalidad de promover a las PyMEs y a la creación de mecanismos de asociación regional entre privados (ACTA N° 2/ RMTUR, 2011). De todas formas, según lo expresado por Marta A. Benatti durante la entrevista (Comunicación personal, 01 de julio 2020), actualmente no existen a nivel regional ninguna asociación de empresas privadas a las cuales las agencias de viaje o los emprendimientos hoteleros puedan unirse.

Al año siguiente, en el 2012, con la creación de la categoría Patrimonio Cultural del Mercosur por decisión del Consejo de Mercado Común (MERCOSUR/CMC/DEC N° 55, 2012), la delegación argentina propuso la jerarquización de los sitios históricos de las misiones jesuíticas guaraníes mediante su puesta en valor turística. La finalidad era crear una imagen unificada entre Argentina, Brasil y Paraguay, que les permitiera a estos tres países posicionarse como un único producto turístico bajo el concepto de Misiones Jesuíticas Guaraníes como eje conductor (ACTA N° 1/ RMTUR, 2012).

Ese mismo año, se presentó el proyecto “Itinerario Cultural de las Misiones Jesuíticas Guaraníes, Moxos y Chiquitos en el MERCOSUR” (por primera vez llamado de este modo). Para ello, se establecieron los principios para su gestión, mediante la creación de la Comisión de Patrimonio Cultural, que sería el organismo encargado de su administración a nivel regional (ACTA N°1/ RMC, 2012). Sin embargo, y como ya se explicó en la sección 3.1. de la presente investigación, esta comisión pretendía ser el ámbito de coordinación del circuito a nivel internacional, pero la realidad fue que cada país gestionaba los bienes de forma independiente.

Debido a ese motivo, en el año 2014, durante la Reunión de Ministros en Turismo realizada en Caracas (ACTA N° 1/ RMTUR, 2014), la delegación argentina manifestó la importancia de trabajar de manera conjunta con la Comisión de Patrimonio Cultural en los temas vinculados a la gestión del circuito. Además, Argentina, citó como ejemplo la metodología de trabajo utilizada por las áreas de cultura y turismo de seis países, que tuvo como resultado la postulación del sistema vial andino Qhapaq Ñan como patrimonio cultural ante UNESCO.

En el Capítulo primero de esta investigación, se expusieron tres casos internacionales —es decir, por fuera del Mercosur- de circuitos o itinerarios transfronterizos que, como resultado de la gestión conjunta y del planteamiento de objetivos comunes, resultarían ser ejemplos exitosos del uso de estrategias de tematización de la oferta como método para contribuir a la integración regional. Vale la pena recordar algunas cuestiones clave de la metodología utilizada en el Qhapaq Ñan, a fin de entender por qué la delegación argentina lo mencionaba como ejemplo.

El Qhapaq Ñan comprende los actuales territorios de Argentina, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú. Éste último país fue quien tuvo la iniciativa, en 2001, de postular el

camino como patrimonio cultural ante UNESCO, y al año siguiente a adhirieron las demás naciones. Mediante la firma de un Acta de Compromiso, los países acordaron promover acciones conjuntas de investigación, metodología, valoración e incorporación comunitaria, además de políticas de desarrollo y turismo sostenible regional. Se realizaron reuniones técnicas multidisciplinarias conformadas por arqueólogos, arquitectos, antropólogos, geógrafos e historiadores; y se logró la conformación de un Plan de Acción Regional el cual preveía: establecer criterios estándares para la gestión compartida del bien y para su evaluación y monitoreo, eliminar las asimetrías en las instituciones encargadas de su administración en cada nación, y crear una instancia supranacional para la coordinación en materia de gestión. En resumen, este plan permitió que aún antes de que el bien fuera declarado Patrimonio Mundial ante UNESCO, las naciones involucradas hubieran establecido objetivos comunes para una gestión compartida del bien.

En el caso del Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes en el Mercosur, estas cuestiones no estaban siendo tenidas en cuenta. A niveles declarativos, en las diferentes reuniones especializadas, se promovía el debate y se dejaba constancia de la importancia de una gestión compartida de los sitios para el fomento a la integración cultural. Pero en cuanto a las acciones llevadas a cabo efectivamente en el territorio, no existían criterios unificados ni existían objetivos comunes.

Por otra parte, ese mismo año (2014), se realizó una segunda Reunión de Ministros de Turismo esta vez en la ciudad de Buenos Aires. En dicha reunión, por primera vez, se dejaba constancia por escrito del reconocimiento de usar un eje temático, vinculado a las reducciones jesuíticas y a la cultura guaraní, como estructurador de un desarrollo integrado del circuito (ACTA N° 2/ RMTUR, 2014). En el Anexo 5 del acta de esta reunión, se mencionaba lo siguiente: *“El atractivo del proyecto Itinerario Cultural de las Misiones Jesuíticas Guaraníes en el MERCOSUR es el desarrollo integrado basado en un tema específico: las ruinas jesuíticas y la cultura guaraní. Fomentar el desarrollo del turismo basado en esta temática tiene como objetivo distribuir la demanda a lo largo de todo el año y por todo el territorio.”* (ANEXO V, ACTA N° 2/RMTUR, 2014).

En dicho anexo además se reconocía que las rutas turísticas temáticas tienen un papel fundamental para la promoción del desarrollo regional y la integración, ya que:

- crean redes dentro de una región vinculando a varias regiones o países,
- crean oportunidades de empleo y de negocio en regiones menos favorecidas,
- y refuerzan los vínculos económicos, la cohesión social y el entendimiento cultural en la región

Al año siguiente, en 2015, se reconoció a las Misiones Jesuíticas Guaraníes, Moxos y Chiquitos como patrimonio cultural de la región, por ser un legado compartido por Argentina, Brasil, Bolivia, Paraguay y Uruguay (ACTA N°1/ RMC, 2015). Más tarde ese año, la Comisión de Patrimonio Cultural del Mercosur estableció un plan de trabajo, a efectivizarse en el 2016, en el que se estipulaba que existieran dos proyectos para la gestión del circuito: uno de carácter regional y común a todos los países implicados, y otro de carácter específico de cada país (ACTA N° 1/ CPC, 2015). Sin embargo durante la entrevista, Gabriel Comparato recalcó que para la elaboración de estos planes conjuntos de gestión, se establecieron los criterios y líneas de acción que deberían seguir pero estos nunca se hicieron tangibles (Comunicación personal, 20 de septiembre, 2019).

En su libro “Fuera del Mapa, Comparato (2018) indica que el Circuito Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes fue tratado en el marco regional de manera inconstante. Como indica el autor, durante toda la década del 90 el tratamiento del circuito se mantuvo presente en todos los ámbitos de debate del Mercosur pero ninguna de las acciones propuestas lograron efectivizarse, ya que en aquél entonces la cultura y el turismo no eran los temas prioritarios en la agenda de los jefes de Estado. A partir de los 2000, y más específicamente del 2008, dentro del bloque se le da una mayor importancia a la actividad turística, y por lo tanto el circuito comienza a verse como un importante factor dinamizador de la economía regional.

Sin embargo, en cuanto a su gestión, sigue existiendo una marcada lentitud para hacer efectivas las decisiones políticas tomadas dentro de los ámbitos de consenso del Mercosur. Y además, como bien expresó Gabriel Comparato durante la entrevista, si bien existieron acciones relacionadas a la cultura, el patrimonio y específicamente a las Misiones Jesuíticas Guaraníes a lo largo de la historia del Mercosur, la tarea de evaluar en qué medida esas acciones se llevaron a la práctica y que resultados se obtuvieron resulta extremadamente difícil.

*“Se trata de declaraciones más bien enunciativas, que no pueden medirse si se llevaron a cabo o no.”*

---

(Comparato, G., Comunicación personal, 20 de septiembre 2019)

La realidad es que, en los últimos años, el Mercosur y la integración regional fueron temas poco prioritarios para los países que lo conforman, y por lo tanto también lo fue el sector turístico dentro del bloque. El tratamiento del Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes dentro del Mercosur es acotado, tratándose de acciones para la cooperación pero no para la integración. Para lograr que el desarrollo de dicho circuito, basado en la temática de las Misiones, contribuya a generar las condiciones tendientes a la integración regional, hace falta la implementación de acciones que surjan a partir del establecimiento de objetivos en común, y que sean acompañadas por medidas de cooperación internacional.

### **3.2.2. Acciones tomadas a nivel nacional**

En este apartado se indaga acerca de las herramientas de gestión que poseen los diferentes estados a nivel nacional, vinculadas al circuito elegido como caso de estudio. Se hará mención de los planes estratégicos de turismo de cada uno de los países involucrados, así como también de algunas medidas tomadas por los principales actores locales con incumbencia en la gestión de los sitios.

Cabe señalar que, según Pardellas y Padín (2014), para una gestión integral del turismo en pos de contribuir a la integración regional, es necesario el desarrollo de planes estratégicos en los que se les otorgue una participación activa a los pobladores locales; es decir a los residentes de los diferentes municipios y a las aldeas guaraníes que existen actualmente en la región, así como también a los prestadores de servicios.

En lo que respecta al sector turístico, los planes estratégicos de turismo son herramientas que permiten reunir, sistematizar y procesar información proveniente de diferentes actores involucrados en el sector, a fin de plantear y desarrollar estrategias de gestión turística.

En Argentina, el Plan Federal Estratégico de Turismo Sostenible del año 2014 (Ministerio de Turismo de la Nación, 2014), en el que se prevén acciones hasta el año 2025, tiene como misión “orientar y afianzar las estrategias y acciones de gestión para un desarrollo federal, equilibrado, sustentable, y ético del turismo”, con miras a aumentar la competitividad turística enfocándose en experiencias de calidad, satisfactorias para habitantes y turistas.

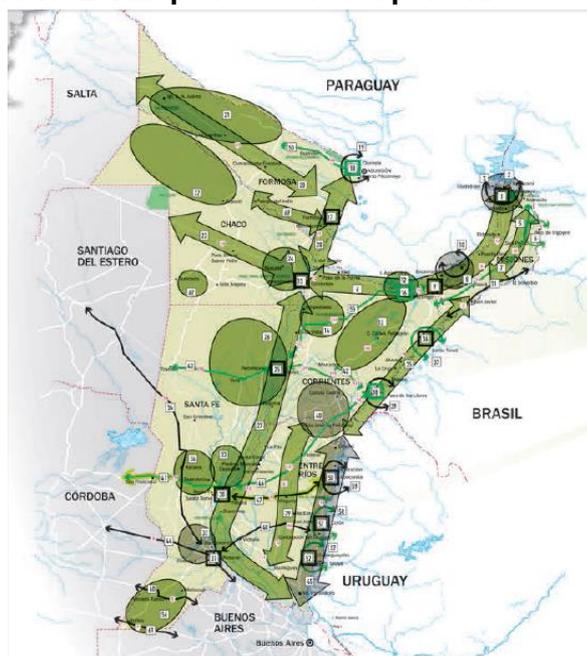
Entre sus objetivos específicos se destacan: en el ámbito sociocultural contribuir a la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la República Argentina, fomentando las experiencias interculturales y garantizando el respeto a la cultura, la identidad y los valores de las comunidades anfitrionas; y en el ámbito socioeconómico, estimular la distribución equitativa de los beneficios generados por el turismo, creando oportunidades de desarrollo económico y social para las generaciones actuales y venideras.

El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS) en Argentina está formulado en base al denominado Mapa Federal de Oportunidades Turísticas, el cual constituye una herramienta para ordenar la gestión y las inversiones públicas en el territorio nacional.

En el mapa que se muestra en el cuadro N° 25, se encuentran referenciados diversos componentes del espacio turístico:

- Corredores turísticos
- Áreas de uso turístico
- Circuitos marítimos–fluviales
- Travesías
- Travesías con vocación turística
- Circuitos transfronterizos o integrados
- Puertas

### Cuadro N° 25: Mapa Federal de Oportunidades Turísticas



Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (Ministerio de Turismo de la Nación, 2014)

Como se observa en este mapa, en el área de la provincia de Misiones se encuentra referenciado con una flecha en forma de “U”, el Circuito Transfronterizo Misiones Jesuíticas, el cual se encuentra dentro del Área de Uso Turístico de las Misiones Jesuíticas, referenciada con un círculo de color negro; ambos al Norte de la provincia.

En el documento se definen los “Circuitos Transfronterizos” o “Circuitos Integrados” como la oferta turística binacional fronteriza, organizada en un recorrido turístico caracterizado por tener un eje rector geográfico y temático. Mientras que, por “Áreas de uso Turístico” se entiende a la porción de espacio territorial que concentra volúmenes importantes de demanda turística, contando con servicios turísticos suficientes y con niveles adaptables de gestión turística (Ministerio de Turismo de la Nación, 2014).

Si bien las definiciones anteriores son algo ambiguas, en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable argentino (PFETS) se reconoce la existencia del área de las misiones como una zona con altos volúmenes de demanda e infraestructura turística desarrollada. Y, lo que es aún más importante, se evidencia la existencia de un circuito transfronterizo, que indica oportunidades de cooperación binacional para la explotación de un recorrido turístico en base a la temática de las misiones jesuíticas guaraníes.

Por otro lado, como ya se mencionó anteriormente, el Mapa Federal de Oportunidades Turísticas es una herramienta para la gestión y la puesta en marcha de acciones y programas tendientes al desarrollo del turismo sustentable en el territorio argentino. Un ejemplo de estos programas es el denominado “Programa Nacional de Senderos de Argentina”, el cual impulsa el desarrollo de senderos de largo recorrido en diferentes regiones turísticas, fijando criterios de diseño y gestión bajo un mismo marco conceptual.

Dentro de este programa se encuentra el “Sendero Huella Guaraní”, el cual tiene una extensión aproximada de 50 km y comprende a las localidades de El Soberbio, Colonia Primavera, Colonia La Flor y pueblos originarios de Pindo Potí y Jeju Miní, tal como se observa en el cuadro N° 26 (Ministerio de Turismo de la Nación, 2014).

**Cuadro N° 26: Mapa Sendero Huella Guaraní**



Fuente: Sitio Web del Ministerio de Turismo de Misiones MERCOSUR. (s.f.).

Aunque el sendero no pasa por ninguna de las reducciones jesuitas, invita al turista a conocer sobre la cultura guaraní visitando las aldeas Mbya Guaraní de Jeju, Pindó Poty, Jeju Miní y Caramelito.

Es importante destacar que estas iniciativas se encuentren enmarcadas dentro de un Plan de Gestión de carácter nacional, como lo es el PFETS. Como comentó Silvia L. Paredes durante la entrevista (comunicación personal 29 de marzo, 2020), las visitas dentro de las comunidades guaraníes pueden implicarles graves conflictos si no se realizan bajo la adecuada normalización. La docente tomó el ejemplo de la comunidad llamada Illapú, la cual ocupaba un territorio en donde se permitió a empresarios hoteleros que construyeran un conjunto de complejos de alojamiento, desplazando a los habitantes de dicha aldea. Si bien se les otorgó un título de propiedad para que ocuparan tierras cercanas, este nuevo espacio era mucho menor que el que poseían originalmente, lo que llevó a la fragmentación y división de la comunidad.

Al tener programas de turismo enmarcados dentro del Plan Federal Estratégico de Turismo Sostenible de la Argentina, se garantiza que las actividades a llevar a cabo dentro de las comunidades guaraníes no sean invasivas ni generen conflictos dentro de las mismas, pero que al mismo tiempo sus habitantes puedan recibir los beneficios económicos derivados de estas actividades.

En Paraguay, el Plan Nacional de Turismo Rural Comunitario (SENATUR, 2013), tiene como objetivo constituir una herramienta para la promoción de la modalidad de turismo rural como elemento de inclusión social, a fin de promover efectos distributivos de la renta para todos los involucrados en dicha actividad.

En lo referente a las Misiones Jesuíticas Guaraníes, en este documento se destaca el papel de la Cámara Paraguaya de Turismo de las Misiones Jesuíticas como favorecedora de asociaciones entre organismos privados del sector turístico vinculados a tal área. La creación de esta Cámara, impulsada en el marco del Programa de Promoción Turística de las Misiones del 2006, se trata de la entidad encargada de la promoción y posicionamiento de todos los sitios arqueológicos de las Misiones Jesuíticas pertenecientes a Paraguay, y

en tal sentido, desarrolla acciones de cara al fortalecimiento de la oferta de servicios turísticos en el territorio en el que se encuentran emplazados los sitios.

Entre estas acciones se encuentra el fomento de las asociaciones de empresarios del sector de hotelería, gastronomía, transporte, guiatra, artesanía y agencias de viajes. Con ello, la Cámara Paraguaya de Turismo de las Misiones Jesuíticas tiene como misión fomentar el crecimiento económico de sus asociados sobre la base de mutua cooperación, fortaleciendo así el área de las Misiones Jesuíticas Guaraníes como uno de los principales destinos turísticos en Paraguay (Camara Paraguaya de Turismo de las Misiones Jesuíticas, s.f.).

En cuanto a las reducciones jesuíticas guaraníes que cuentan con la declaratoria de Patrimonio Mundial de UNESCO, como ya se explicó en el apartado 3.1, su administración está a cargo de organismos de carácter nacional. El sitio perteneciente a Brasil es administrado por el Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN); los dos sitios paraguayos son administrados por la Secretaría Nacional de Turismo; y la administración de los cuatro sitios argentinos está dada por un acuerdo a nivel nacional y provincial, entre la Comisión Nacional de Monumentos, Lugares y Bienes Históricos de la nación y la Subsecretaría de Cultura de la Provincia de Misiones.

Sin embargo, merece la pena recordar que para UNESCO existen dos declaraciones diferentes: por un lado la declaración de 1983 de los sitios correspondientes a Brasil y Argentina (este último país incluido como una extensión en el año 1984), y por otro lado la declaración de los dos sitios paraguayos en 1993. Por ser declaratorias diferentes no poseen un plan de gestión común a todos los sitios, sino que cada país los administra de forma independiente, siendo UNESCO un órgano internacional de supervisión que debe garantizar la conservación de los mismos pero que no interfiere en su administración.

En lo que refiere a estos siete sitios Patrimonio de la Humanidad, debido a que su gestión se encuentra en manos de organismos nacionales, la participación que se le otorga a los municipios en cuyo territorio se localiza cada sitio es muy escasa, por no decir que se los excluye. Como indicó Gabriel Comparato durante la entrevista (comunicación personal, 20 de septiembre 2019), esto tiene implicancias directas en cuanto a quiénes reciben los beneficios económicos derivados de, por ejemplo, la recaudación por el cobro del ingreso a cada sitio. Es decir que, si bien a veces existen mecanismos de coparticipación, en la mayoría de los casos los beneficiarios de estos ingresos no son los municipios.

Como expresa el autor, estas jurisdicciones son en su gran mayoría pueblos muy pequeños en los que la actividad turística está dada exclusivamente por contar con un bien declarado Patrimonio por UNESCO, pero que a la vez no cuentan con los servicios de infraestructura necesarios para albergar turistas. Por lo que en ellos se desarrolla un turismo “de paso”, en donde el turista permanece poco tiempo y no consume gran cantidad de productos.

Sin embargo, dichos municipios deben hacerse cargo de las consecuencias causadas por recibir gran cantidad de turistas, que superan sustancialmente la cantidad de habitantes locales. Es decir que se encuentran ante el dilema de lidiar con las consecuencias de una actividad por la cual no reciben ningún beneficio.

A modo de conclusión, se puede decir que a nivel nacional cada sitio es administrado de forma independiente. Es decir, no existe un plan de gestión común a todas las reducciones pertenecientes al mismo país. Tampoco hay instituciones de carácter nacional encargadas de la coordinación de los mismos en materia de gestión, sólo las hay para aquellos sitios que tienen la declaración de Patrimonio Mundial de UNESCO.

En lo relativo a la actividad turística, mediante el análisis los planes nacionales de turismo de Argentina y de Paraguay, se evidencia que el área de las Misiones Jesuíticas es considerada como una zona con altos volúmenes de demanda turística, y en tal sentido se desarrollan acciones tendientes a la cooperación entre actores vinculados al sector para fortalecer la oferta de servicios. Sin embargo, en dichos planes no se menciona, como aspecto metodológico para desarrollo de tales acciones, la creación de ámbitos de

coparticipación ciudadana que permitan a la población local tener voz en lo que respecta a la gestión de los sitios patrimoniales en materia de turismo.

### **3.3. La tematización de la oferta en el Circuito Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes como favorecedora de procesos de integración regional**

A lo largo de las secciones previas, es decir en los apartados 3.1 y 3.2 de este capítulo, se pretendió comprender la forma en la que se gestiona el Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes, elegido como caso de estudio, cumpliendo así con el cuarto objetivo específico establecido para el desarrollo de esta investigación.

A los efectos de entender la relación existente entre las estrategias de tematización de la oferta turística y los procesos de integración regional, en el presente apartado se indican las potencialidades del ya mencionado circuito como favorecedor de los objetivos de integración del MERCOSUR, para entonces dar cumplimiento al quinto y último objetivo específico planteado en el presente trabajo.

En lo que refiere a las formas en las que es gestionado el circuito, en función de lo expuesto en el apartado previo, se concluyó que si bien han existido a lo largo de la historia del Mercosur diferentes medidas para el desarrollo del turismo, y en especial del mencionado circuito dentro del bloque, estas cuestiones siempre fueron tópico en lo discursivo pero no se lograron materializar. Incluso las acciones que sí se han implementado en la práctica, ha sido muy difícil darles seguimiento y medir sus resultados, tal como lo afirmó Gabriel Comparato durante la entrevista.

*“Se hicieron cosas pero muy específicas y poco articuladas. No hay lo que se llame una política turística del Mercosur, lo que existen son acciones del Mercosur en relación al turismo. Para que haya una política tiene que haber gente que diseñe una estrategia en función de un objetivo común (...)”*

---

(Comparato, G., Comunicación personal, 20 de septiembre 2019)

Es decir que han habido acciones tendientes al desarrollo de una política común en relación al turismo, y específicamente en relación al Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes, pero no se han logrado mantener a lo largo del tiempo.

En tal sentido, la entrevistada Claudia M. Abelen coincide con la visión de Comparato acerca de que la no continuidad en las medidas implementadas en el Mercosur en materia de turismo se deben a la ausencia de una política turística unánime y común a toda la región.

*El turismo es una actividad que requiere de estabilidad. (...). El Mercosur, hoy por hoy, es una cuestión más bien enunciativa, y el turismo es parte de eso. Es que no hay reglas claras, y al no haberlas, no hay posibilidad de fijar objetivos comunes que tengan una proyección en el largo plazo.*

---

(Abelen, C. M., Comunicación personal, 31 de agosto 2020)

Por otra parte, en lo que refiere a la gestión de los sitios a nivel regional, en el apartado previo se explicó que la misma se encuentra en manos de diversos organismos de diferente carácter (público y privado) y jerarquía institucional (nacional, provincial y municipal), por lo que cada bien es administrado de forma independiente. Es decir, no hay planes de gestión que involucren a todas las reducciones pertenecientes al mismo territorio nacional, ni existen organismos encargados de la coordinación de los mismos en materia de gestión, sólo los hay para aquellos sitios que tienen la declaración de Patrimonio Mundial de UNESCO.

Por otro lado, en el apartado 1.4 del primer capítulo de esta investigación, se mencionaron las pautas para una integración regional por medio del turismo. Se explicó que para

contribuir con los objetivos de integración regional a través de la actividad turística, es imprescindible, en primer lugar, la cooperación transfronteriza, la complementariedad de los agentes involucrados y evitar la competencia entre los diferentes recursos que componen el circuito turístico transnacional (Szary y Guyot, 2009).

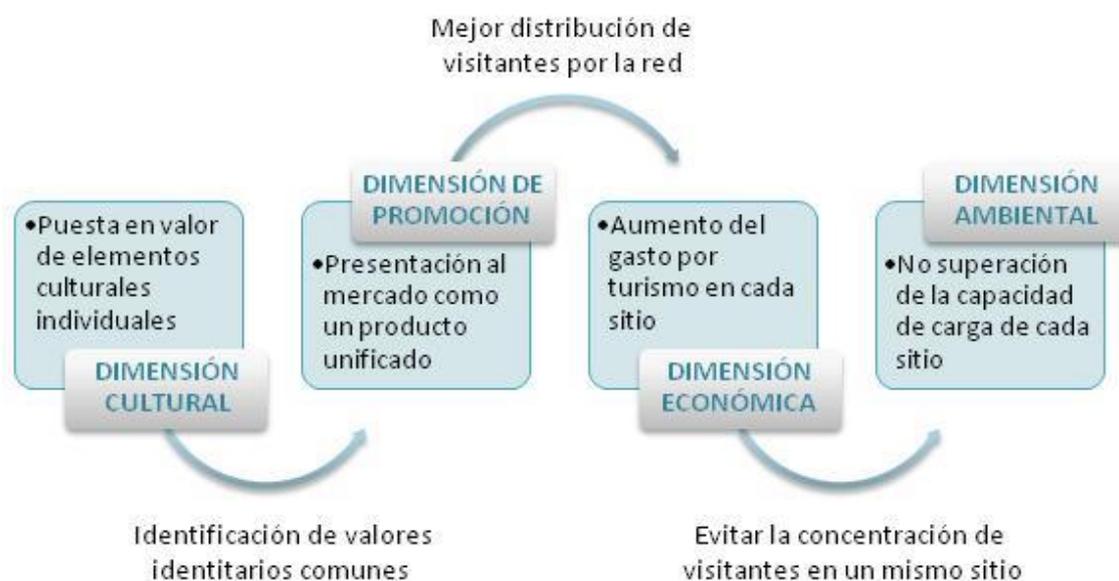
En segundo lugar, es fundamental la existencia de un adecuado plan de gestión común, elaborado en base a objetivos y problemáticas compartidas, y que involucre activamente a la población local y a los prestadores de servicios en el manejo del recurso turístico. Es decir, que esta planificación debe fomentar la creación de vínculos entre locales y la actividad turística, a la vez que se prevé que la relación que se establezca entre el turista y la comunidad residente no vaya en desmedro de los intereses de la misma.

En ese sentido, autores como Catalano (2015), afirman que los vínculos establecidos en la relación entre el turista y el local pueden contribuir a la integración social de los estados que conforman un bloque económico, como es el caso del Mercosur. La autora expone el poder integrador del turismo en términos de que permite un mayor conocimiento de la cultura del otro, y por lo tanto genera un ambiente favorable para el desenvolvimiento de las relaciones entre países. Sin embargo, no se trata de la integración de varias culturas en una sola, sino del reconocimiento de las diferencias y similitudes culturales que permitan constituir una identidad compartida respetando esa diversidad cultural.

Ahora bien, ¿de qué manera podría contribuir el desarrollo de un producto turístico tematizado a las pautas de integración por medio del turismo, mencionadas anteriormente? Este interrogante también fue planteado durante el primer capítulo, en el apartado 1.5, y se expusieron las ventajas de las estrategias de tematización de la oferta turística como método para favorecer a los procesos de integración regional.

En ese aspecto, se expuso que el desarrollo de un producto turístico tematizado resulta virtuoso desde cuatro aspectos diferentes: el marketing, la economía, la cultura y el ambiente. Y se explicó que las ventajas que la tematización de la oferta turística genera en cada una de estas cuatro áreas, se complementan entre sí, de modo que la ejecución de medidas en relación a una de ellas fomenta a la otra. Para visualizar esta idea, se presentó el siguiente cuadro (Nº 27).

**Cuadro Nº 27: Ventajas de las estrategias de tematización de la oferta turística**



Fuente: Elaboración propia

En primera instancia, en lo que refiere al plano cultural, el uso de estrategias de tematización de la oferta contribuye a la puesta en valor de las singularidades del patrimonio individual y propio de cada uno de los atractivos que componen el conjunto, a la vez que se identifican ciertos valores compartidos en pos de la construcción de una identidad común. Posteriormente, estas singularidades individuales deben ser presentadas al mercado como un conjunto unificado, que refleje el valor identitario compartido que será el eje temático del circuito.

En tal sentido, en el plano de la promoción, la principal ventaja del uso de estrategias de tematización de la oferta se ve reflejada en la oportunidad que esto presenta para la promoción conjunta de varios puntos o atractivos pertenecientes a la misma red.

En tercer lugar, en lo referente a la dimensión económica, el hecho de promocionar de forma conjunta permite estructurar los flujos de visitantes, incitando a estos a que visiten no uno sino todos los sitios que conforman esta red y de esta forma aumenten el gasto por turismo en la región.

Por último, administrar de esta forma a los flujos turísticos nos direcciona al área ambiental, ya que un adecuado manejo en este sentido permite distribuir la cantidad de visitantes en cada uno de los sitios o atractivos de la ruta, contribuyendo a aliviar la concentración de visitantes en el mismo sitio y garantizando la no superación de la capacidad de carga en los mismos.

Pero es necesario entonces preguntarse si, en función de las ventajas que supone la tematización de la oferta turística para contribuir con las pautas de integración regional, el desarrollo del Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes –elegido a los efectos del presente trabajo- puede o no favorecer a los objetivos de integración regional en el Mercosur.

Para dar respuesta a este interrogante, a continuación se exponen las potencialidades y las dificultades que presenta el ya mencionado circuito como favorecedor de los objetivos integracionistas del bloque a partir de la temática “Misiones Jesuíticas Guaraníes”.

Asimismo, se realizarán comparaciones en base a las medidas implementadas en circuitos transfronterizos de otras partes del mundo, que han resultado exitosas en este sentido. Cabe recordar que, en base a lo justificado en el primer capítulo de esta tesis, se seleccionaron a tal efecto tres casos exitosos: el Camino de Santiago de Compostela, el sistema vial andino Qhapaq Ñan y el Paisaje Cultural Cafetero Colombiano.

En primer lugar, y como se ha mencionado anteriormente, en el plano cultural, al buscar una temática en función de la cual estructurar el circuito, se deben identificar los rasgos patrimoniales compartidos por la región que el circuito atraviesa. Es decir, se debe concebir a esta temática como un elemento simbólico de unidad para la región. Así por ejemplo, el Camino de Santiago de Compostela se caracteriza por el significado cultural de la peregrinación como un hecho identitario para la región, teniendo como ícono principal a la ciudad de Santiago de Compostela y a su catedral, cuya imagen, aparece en el Euro como uno de los principales símbolos que aportan unidad al continente.

En el caso puntual del Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes del Mercosur -elegido como caso de estudio-, en base a lo expuesto a lo largo del apartado previo, se observa que los aspectos vinculados a la cultura y al patrimonio común de la región estuvieron presentes en los ámbitos de debate abocados al tema desde las etapas más tempranas de la creación del bloque. En este sentido, se constató en apartados previos, que las Misiones Jesuíticas Guaraníes fueron consideradas a nivel Mercosur como uno de los principales símbolos de unidad para el bloque, reconociendo así su importancia como factor de integración regional.

Sin embargo, para lograr que la temática del circuito refleje fielmente los valores de identidad que comparten las naciones pertenecientes al bloque, es preciso que se generen ámbitos de participación ciudadana durante la etapa de definición de dicha temática. Herramientas de este estilo se vieron presentes en la gestión del proyecto Qhapaq Ñan, en donde se fomentan ámbitos participativos permitiendo el involucramiento de los actores

sociales desde el inicio de cualquier acción. De esta forma, todas las acciones para la protección y la conservación del camino se realizan siguiendo las propuestas que surgen en talleres de diagnóstico participativo comunitario y en las reuniones de coordinación con los actores sociales de toda la región.

En el caso del Mercosur, en la definición del circuito elegido como caso de estudio para la presente investigación, esta cuestión no fue tomada en cuenta. La definición de la temática del circuito, así como también los programas de ejecución y administración del mismo, siempre fueron debatidos dentro de los organismos abocados al tema pertenecientes al Mercosur, y nunca se abrió el debate para dar participación a la comunidad local o a los prestadores de servicios.

En segunda instancia, en lo que respecta al área de la promoción y el marketing, el desarrollo de un circuito turístico tematizado permite que el mismo pueda ser promocionado de manera conjunta, evitando así que los distintos sitios que lo componen compitan entre sí como destinos separados. Asimismo, es posible el posicionamiento en el mercado como un único destino, como un conjunto unificado, favoreciendo la creación de una imagen común a todo el circuito. Esto debe lograrse por medio de la existencia de un planeamiento estratégico en común que prevea acciones específicas para la promoción del circuito, o bien un plan de marketing conjunto. Así por ejemplo, en el Camino de Santiago de Compostela se creó en 1991 un proyecto de marketing regional que permitió difundir la marca del Xacoebo, permitiendo posicionar al Camino como un producto mixto entre lo religioso, lo cultural y lo espiritual.

Sin embargo, en lo que respecta al Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes del Mercosur, en base a lo expuesto en el apartado 2.3 del segundo capítulo de este trabajo, se pudo constatar que no existe a nivel regional una estrategia de promoción conjunta. Por lo que a nivel país, cada nación promociona los sitios pertenecientes a su propio territorio provocando que los mismos sean la competencia de los del país vecino. Por otra parte, a su vez, dentro del propio territorio nacional, a excepción de Paraguay, hay una tendencia clara a promocionar con mayor énfasis a los sitios que cuentan con la declaratoria de UNESCO, excluyendo al resto de las reducciones que pertenecen al Circuito.

En tercer lugar, en cuanto al plano económico, la existencia de un circuito basado en la misma temática permite a los países o municipios involucrados gestionar los flujos de demanda para que los visitantes recorran todos los sitios pertenecientes a la misma ruta, induciéndolos a aumentar su estadía y generando por lo tanto un mayor consumo en cada destino. En otras palabras, al distribuir la demanda turística hacia todos los sitios que componen el circuito, se genera un mayor ingreso -derivado del aumento de la estadía promedio- a la vez que se garantiza la distribución equitativa de los ingresos por turismo en todos los destinos que componen la ruta.

Este aspecto no es tenido en cuenta en la gestión del circuito elegido como caso de estudio para el presente trabajo. Como ya se mencionó previamente, excluyendo a Paraguay, los organismos de turismo pertenecientes a cada nación involucrada en el circuito promocionan mayormente a los sitios que poseen la declaratoria de Patrimonio Mundial por parte de UNESCO, sin promover un recorrido por todos los componentes que conforman la red. Esto genera diferencias entre los destinos pertenecientes al circuito, provocando que los ingresos por turismo se concentren solo en aquellos bienes que han sido declarados patrimonio por UNESCO.

Asimismo, y como ha sido expuesto en apartados previos, las Misiones Jesuíticas Guaraníes no son el principal atractivo turístico de la región. Por lo que existen destinos que cuentan con una mayor infraestructura turística y que son utilizados, en la mayoría de los casos, como centros de servicios, existiendo excursiones de paso hacia los diferentes municipios en los que se encuentran las reducciones. En otras palabras, dichos municipios son visitados con excursiones “al paso” en las que no se realizan pernoctes, por lo que no se generan ingresos por consumo en destino.

Otro punto a remarcar, en lo que refiere también al plano económico, es la importancia de una instancia administrativa de carácter regional que favorezca la coordinación de las diferentes medidas de gestión implementadas a lo largo del circuito. Así por ejemplo, en el Camino de Santiago de Compostela se previó, en el marco del Plan Director Estratégico del 2015, promover la gestión compartida por todos los agentes involucrados, por medio de incentivos a la cooperación interadministrativa y el impulso a las relaciones internacionales. Como se explicó en apartados previos, en este plan se estructuraron las acciones básicas para garantizar la coherencia entre las áreas administrativas de los diferentes departamentos y de los diferentes países implicados a través de órganos específicos de coordinación. Otro ejemplo es el caso de los Contrato Plan, en el Paisaje Cultural Cafetero Colombiano, los cuales constituyen una herramienta de coordinación institucional multinivel que permiten la realización de proyectos para mediano y largo plazo. Estos contratos tienen como objetivo principal la armonización de los planes de desarrollo nacional, los territoriales y los de las autoridades ambientales, para el desarrollo integral del territorio mediante el fortalecimiento de la coordinación interinstitucional entre los diferentes niveles de gobierno.

En ambos ejemplos mencionados, se puede ver claramente la intención de provocar un desarrollo turístico a nivel global que promueva la obtención de beneficios económicos de manera equitativa para toda la región, a través de la creación e instancias administrativas de carácter regional que permitan la coordinación de las medidas tomadas en cada uno de los niveles que gestionan el circuito de forma parcial. Esto permite que las acciones tomadas tengan una continuidad en el tiempo y puedan trascender los períodos de gobierno de cada uno de los estados o municipios involucrados, haciendo que estas acciones persigan un objetivo común a toda la región y no a los intereses particulares de cada gobernante.

Sin embargo, en lo que refiere al circuito tomado como caso de estudio, se pudo observar en base a lo expuesto en el apartado anterior, que si bien se han previsto acciones para la coordinación institucional y se ha establecido como organismo de cooperación internacional a la Comisión de Patrimonio Cultural del Mercosur, las acciones llevadas a cabo no pudieron tener una continuidad en el tiempo que permitiera el desarrollo en conjunto del circuito. Por lo tanto, se comprobó que cada estado miembro administra los bienes de manera independiente.

Como se ha mencionado en el apartado previo, en el marco de la Reunión de Ministros de Cultura llevada a cabo en Asunción en el 2011, se aprobó el "Proyecto para el Fortalecimiento Institucional para el desarrollo del Itinerario Cultural de las Misiones en América Meridional" (ACTA N° 1/RMC, 2011). Este proyecto, tenía como objetivo generar las condiciones necesarias para fortalecer las estructuras institucionales de los organismos nacionales abocados al Itinerario Cultural de las Misiones Jesuíticas Guaraníes (denominación que poseía, en aquél entonces, el circuito tomado como caso de estudio para la presente investigación), ya que se consideró que los países involucrados carecían de los mecanismos de articulación adecuados para el cumplimiento de los objetivos propuestos (ANEXO III, ACTA N° 1/RMC, 2011). Al año siguiente, en el 2012, se presentó el proyecto "Itinerario Cultural de las Misiones Jesuíticas Guaraníes, Moxos y Chiquitos en el MERCOSUR" (por primera vez llamado de este modo), y para ello se estableció a la Comisión de Patrimonio Cultural como el organismo encargado de su administración a nivel regional (ACTA N°1/ RMC, 2012). Sin embargo, como se mencionó anteriormente, esta comisión pretendía ser el ámbito de coordinación del circuito a nivel internacional, pero la realidad fue que cada país gestionaba los bienes de forma independiente.

En resumen, para el caso del Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes del Mercosur, se establecieron las condiciones para la gestión compartida y la coordinación institucional del circuito, pero en la práctica las acciones que efectivamente se llevan a cabo son las tomadas por los diferentes organismos nacionales con competencia en la gestión del circuito.

Esto genera que las acciones implementadas en el circuito caso de estudio no tengan una continuidad a largo plazo, debido a que las mismas responden a los intereses de los

gobernantes de cada país en cada momento histórico, en lugar de a objetivos comunes a toda la región.

Por último lugar, en lo que respecta a la dimensión ambiental, el hecho de poder regular la distribución de los visitantes a lo largo de todos los sitios que componen el circuito, permite distribuir las presiones que los turistas generan al concentrarse en un mismo destino, contribuyendo a la no superación de la capacidad de carga en los mismos. Por este motivo, las cuestiones ambientales deben ser también tenidas en cuenta en los planes de gestión de los circuitos turísticos transfronterizos. Ejemplos de esto son el Plan de Acción Regional del Qhapaq Ñan, en el que se propone elaborar códigos de ética que promuevan la gestión sostenible del camino; y el Paisaje Cultural Cafetero Colombiano que posee dentro de su estructura institucional administrativa un Comité Ambiental, el cual es el responsable directo de la conservación del medioambiente y de la preservación de los recursos.

En lo que refiere específicamente al Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes, tomado como caso de estudio, se pudo constatar en base a los datos expuestos en el apartado 2.3 del segundo capítulo de la presente investigación, que la forma en la que los organismos de turismo pertenecientes a Argentina, Brasil y Paraguay comercializan dicho circuito, no promueve la circulación de visitantes hacia todos los sitios que componen la ruta, sino que se promocionan solamente los sitios que pertenecen al propio territorio nacional. Asimismo, en lo que refiere a Brasil y Argentina, la promoción de las Misiones Jesuíticas se enfoca en aquellos sitios que han sido declarados patrimonio mundial por UNESCO, generando una mayor demanda y concentración de visitantes en estos sitios.

En la sección anterior se expuso lo narrado por la entrevistada Silvia L. Paredes, quien explicó los grandes problemas ambientales que posee la región a causa de la concentración masiva de visitantes en un mismo destino. Tales inconvenientes, en su mayoría, están relacionados a la falta de presión de agua, los cortes de luz y la acumulación de residuos. Ni mencionar también las problemáticas, ya estudiadas previamente, que presentan actualmente algunas de las comunidades guaraníes que resultan ser víctimas de delitos graves, como lo son la trata de personas o el tráfico de drogas.

Es decir que, en lo que refiere al circuito tomado como caso de estudio, no han existido a niveles regionales planes de gestión que consideraran estas problemáticas como prioridad y establecieran líneas de acción concretas para darles solución. Los temas relacionados al ambiente y al desarrollo del turismo sustentable han sido tratados en varias oportunidades dentro del Mercosur, pero no se han logrado llevar a la práctica las medidas necesarias.

En resumen, en base a lo expuesto anteriormente, se observa que la implementación del Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes entre las Naciones del Mercosur siempre estuvo condicionada por las dificultades genéricas de la propia integración regional. El proceso de integración del Mercosur es errático y las acciones que se llevan a cabo en relación al turismo o al circuito en particular dependen de la importancia que cada nación le otorgue a estos temas según el momento histórico en el que se encuentren. Se observa que, a lo largo de la historia, han existido conjuntos de medidas relacionadas al desarrollo del mencionado circuito, entendiendo a éste como un fortalecedor de los procesos de integración regional del bloque, pero no ha habido un planteamiento de objetivos en común ni una verdadera política turística regional.

En el siguiente cuadro (Nº 28) se exponen, a modo de síntesis, las cuestiones enunciadas previamente, que permiten comprender las potencialidades y las dificultades que presenta el Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes del Mercosur como favorecedor de los objetivos de integración regional del bloque.

**Cuadro Nº 28: Potencialidades y dificultades del Circuito Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes como favorecedor de la integración regional**

Dimensión Cultural	Dimensión del Márketing	Dimensión Económica	Dimensión Ambiental
<p><b>Potencialidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de valores identitarios compartidos</li> <li>- Creación de ámbitos de participación ciudadana para la definición de la temática del circuito</li> </ul>	<p><b>Potencialidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promoción conjunta</li> <li>- Evitar la competencia entre los sitios que componen el circuito</li> </ul>	<p><b>Potencialidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejor distribución de flujo de visitantes</li> <li>- Aumento de estadia promedio y aumento de consumo</li> </ul>	<p><b>Potencialidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evitar la saturación de los sitios</li> <li>- No superación de la capacidad de carga</li> </ul>
<p><b>Dificultades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nula participación a la población local en la planificación.</li> <li>- Debate de la temática exclusivamente en los organismos del Mercosur</li> </ul>	<p><b>Dificultades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cada país promociona los sitios pertenecientes a su propio territorio</li> <li>- Se promocionan los sitios con declaratoria UNESCO</li> </ul>	<p><b>Dificultades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No se promueve el recorrido por todos los sitios del circuito</li> <li>- No hay distribución equitativa de los ingresos por turismo</li> </ul>	<p><b>Dificultades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Problemas ambientales derivados de la concentración de turistas en el mismo destino (falta de presión de agua, acumulación de residuos)</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

A modo de conclusión, en función de los datos expuestos a lo largo del presente trabajo de investigación, se puede observar que la tematización de la oferta turística en circuitos transfronterizos puede contribuir a los procesos de integración regional. Sin embargo, en lo que refiere específicamente al Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes, tomado como caso de estudio, se observa que las estrategias de tematización de la oferta no han sido implementadas de forma tal que contribuyan a fomentar la integración de la región.

Cabe recordar que una de las principales ventajas de una ruta temática, es que promueve una mayor movilidad de visitantes entre los diferentes puntos que conforman el circuito, alentando al intercambio de visitantes de un destino a otro. Esto a su vez promueve a la cooperación transfronteriza en términos de planificación, ya que incita a los diferentes municipios o naciones a buscar la obtención de beneficios mutuos en base al establecimiento de objetivos comunes.

Además debido a que, como se mencionó anteriormente, un circuito turístico temático promueve el desplazamiento de un sitio a otro, fomenta el intercambio cultural entre locales y residentes y contribuye a identificar valores identitarios comunes, evitando así que los sitios compitan entre sí como productos independientes.

Sin embargo, en base a lo explicado a lo largo del presente apartado, se observa que si bien de manera enunciativa existen acciones para el desarrollo de planes conjuntos de gestión en relación al Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes del Mercosur, la realidad es que cada sitio cuenta con su propia estrategia.

Esto se debe, principalmente, a la carencia de una planificación de índole regional que establezca lineamientos comunes y permita la implementación de acciones que sean sostenidas en el largo plazo. Y es que, como se ha explicado en apartados previos, el tratamiento del mencionado circuito dentro del Mercosur, es inconstante y depende de la importancia que los países que conforman el bloque le han otorgado al turismo en cada momento histórico.

Sumado a esto, en función de lo expresado en capítulos previos, existe una enorme diversidad de agentes involucrados en la gestión de cada uno de los sitios que componen el Circuito, correspondientes a distintos niveles y jerarquías institucionales, y no existe una

instancia institucional de carácter regional que se encargue (de manera efectiva) de su coordinación, por lo que cada sitio es administrado de manera independiente.

A nivel regional, las fallas en estas áreas dificultan el emprendimiento de iniciativas en conjunto. Por lo que, en ese sentido se observa que, a partir de la temática de las Misiones Jesuíticas Guaraníes como eje articulador, el ya mencionado circuito podría contribuir a la integración regional del bloque Mercosur en la medida en que las acciones implementadas dentro del mismo puedan superar el carácter enunciativo e implementarse en el largo plazo. Es decir que, mientras que el futuro del Circuito sea tratado en los ámbitos de debate a nivel regional pero no se logren llevar a la práctica ninguna de las acciones acordadas en ellos, el tratamiento del turismo en el circuito tomado como caso de estudio recaerá siempre en manos de los organismos nacionales de cada estado parte, que implementarán las acciones necesarias en función de objetivos e intereses propios.

Para que un circuito transfronterizo de estas características logre contribuir a los objetivos de integración regional de un bloque por medio de la tematización de la oferta, es necesario que exista una planificación a nivel regional desde los inicios. Y que ésta planificación esté dada en función de objetivos comunes, planteados en base a las problemáticas que atañen a toda la región, y no en función de los intereses de cada gobierno nacional y de cada momento histórico.

En ese sentido, se observa que en el Circuito Integrado de las Misiones Jesuíticas Guaraníes del Mercosur aún queda un largo camino por recorrer en materia de planificación y coordinación regional, para que la ejecución de las medidas implementadas en el mismo se mantengan en el tiempo, y realmente promuevan las relaciones fronterizas con miras al desarrollo de la región en su conjunto.

# Conclusiones

---

A los efectos de la presente investigación se entiende por tematización de la oferta turística a la estrategia de gestión en la que se seleccionan ciertos aspectos identitarios de la comunidad local y se los comunica al consumidor como una única unidad conceptual, a través de una puesta en escena e incorporando activamente a los sentidos mediante herramientas del márketing.

Teniendo en mente dicha definición, cabe destacar que, si bien el Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes, elegido como caso de estudio, posee oportunidades para contribuir con el proceso de integración regional en el Mercosur a partir del uso de estrategias de tematización de la oferta turística, aún queda mucho camino por recorrer en materia de gestión para lograr un verdadero desarrollo turístico en la región.

Para abordar el presente trabajo de investigación se plantearon 5 objetivos específicos, uno de los cuales pretendía reflexionar sobre la forma en la que la tematización de la oferta turística puede contribuir a la gestión de circuitos turísticos y al proceso de integración regional.

Para dar respuesta a dicho objetivo, se demostró que un circuito turístico basado en una temática concreta puede eventualmente contribuir al proceso de integración regional desde cuatro áreas diferentes:

- El área cultural; debido a que se promueve el intercambio cultural entre locales y residentes, contribuyendo a identificar valores identitarios comunes a partir del reconocimiento de las similitudes y también de las diferencias en el patrimonio individual.
- El área de la promoción; ya que representa una oportunidad para la promoción conjunta de los sitios que componen el circuito, evitando que éstos compitan entre sí como productos independientes.
- El área económica; debido a que fomenta la cooperación transfronteriza en términos de planificación, incitando a los diferentes municipios o naciones a buscar la obtención de beneficios mutuos.
- El área ambiental, ya que promueve una mayor movilidad del flujo turístico entre los diferentes puntos que conforman el circuito, aliviando las presiones derivadas de la concentración de turistas en un solo sitio y garantizando la no superación de la capacidad de carga de los mismos.

Pero, como se expuso a lo largo de la presente investigación, para que las estrategias de tematización de la oferta turística en un circuito transfronterizo permitan contribuir a la integración regional, es necesario:

- La creación de ámbitos de participación ciudadana en los cuales se identifiquen los valores identitarios compartidos que serán el eje estructurador de la temática del circuito,
- La existencia de un planeamiento estratégico basado en el establecimiento de objetivos compartidos por toda la región, que permita garantizar la distribución equitativa de los beneficios obtenidos por turismo
- La realización de planes de promoción comunes a todo el circuito, de manera que se logren planificar en conjunto las acciones a implementar y se evite la competencia entre los sitios que componen la misma red
- La existencia de una instancia administrativa de carácter regional, que supervise y coordine las acciones tomadas en cada uno de los sitios que pertenecen a la red y que permita que las mismas tengan una continuidad en el tiempo, independientemente de los cambios de gobierno de cada una de las naciones intervinientes

Es decir que, si se llevan a cabo las mencionadas pautas, un circuito turístico tematizado podría contribuir a la integración regional en materia de movilidad de turistas, en el encuentro entre turistas y residentes, y en cuestiones que tienen que ver con la

construcción de la identidad: el conocimiento y difusión de las características sociales, económicas y su patrimonio cultural pre y post colombino, lo que favorecería el desarrollo de un sentido de pertenencia regional, es decir el sentirse parte de algo común. A su vez la valorización del legado cultural prehispánico, como característica fundamental de esta región, permitiría la integración de los aportes que pueden realizar las comunidades originarias actuales, herederas del mismo.

Sin embargo, cabe preguntarse si tales requisitos se llevan a cabo efectivamente en la actualidad en el Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes, y la realidad es que no.

Este punto se trató a lo largo del último capítulo, y se concluye que, si bien el proyecto fue tratado desde las etapas más tempranas de conformación del Mercosur, las medidas que se tomaron en relación con su desarrollo fueron siempre cuestiones enunciativas y de difícil seguimiento. Es decir, nunca se logró consolidar una verdadera política de turismo en el Mercosur ni tampoco una gestión integral de este circuito en particular. Las acciones tomadas estuvieron influenciadas por la importancia que cada gobierno le daba al sector turístico de acuerdo con el momento histórico y político en el que se encontraran.

Esto tiene que ver en parte con el problema en la coordinación de las diferentes instituciones y actores involucrados en la gestión del circuito de las misiones, en donde cada uno posee objetivos e intereses distintos y no trabajan en pos de una meta regional común.

Otro hecho que resulta importante aclarar es la escasa participación de la población local en materia de gestión. En muchos casos, como se expuso en el último capítulo de la investigación, los sitios se encuentran administrados por organismos con jerarquía internacional o nacional, por lo que los ingresos generados por turismo se reinvierten en proyectos nacionales de otras índoles que no tienen que ver con la actividad turística ni benefician directamente a la comunidad local.

Como último objetivo se planteó exponer las potencialidades del “Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes” como favorecedor del proceso de integración regional en el MERCOSUR.

En ese sentido, creo que una estrategia de tematización de la oferta turística en el Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes puede resultar una oportunidad para favorecer al proceso de integración regional del MERCOSUR en la medida en la que se logre dar una continuidad a las acciones y medidas tomadas por los organismos involucrados en la gestión del circuito.

Es decir, estructurar la oferta turística en base a una temática en particular debería servir, no sólo para mejorar la calidad de la experiencia turística del visitante, sino también para incluir a los sectores que hoy se encuentran fuera de la gestión. De nada sirve tematizar la oferta turística solamente para encontrar nuevos nichos de mercado, si no se parte de una planificación integral que permita mejorar la calidad de vida del poblador local, preservando y respetando su patrimonio cultural.

Sin embargo, resalto la dificultad para abordar estos temas de investigación debido a la falta de datos estadísticos y lo conflictivo de medir la continuidad en el tiempo de las acciones implementadas en materia de turismo dentro del bloque MERCOSUR. El proceso de integración regional en el bloque es errático, como también lo son las políticas relacionadas al turismo, cuyo seguimiento depende de la importancia que cada gobierno le dé al sector según los intereses del momento histórico en el que se encuentren.

Para finalizar, espero que esta investigación pueda servir para ampliar el conocimiento sobre el turismo como factor de integración regional y contribuir con futuras líneas de investigación y acción en tal sentido.

# Bibliografía

---

ACTA Nº 1/ REC. Acta de la reunión de los Secretarios de Cultura y autoridades culturales del Mercosur. Brasilia, 09 de Octubre de 1992. Recuperado de: <https://documentos.mercosur.int/>

ACTA Nº 2/ REC. Acta de Asunción. MERCOSUR – segunda Reunión Especializada de Cultura. Asunción, 02 de Agosto de 1995. Recuperado de: <https://documentos.mercosur.int/>

ACTA Nº 1/ RMC. Acta de Canela. MERCOSUR – Primera Reunión de Ministros de Cultura. Asunción, 02 de Abril de 1996. Recuperado de: <https://documentos.mercosur.int/>

ACTA Nº 1/ RMC. XXVI Reunión de Ministros de Cultura del Mercosur y Estados Asociados. Buenos Aires, 12 de Junio de 2008. Recuperado de: <https://documentos.mercosur.int/>

ACTA Nº 1/ RMC. XXXII Reunión de Ministros de Cultura del Mercosur. Asunción, 25 de Junio de 2011. Recuperado de: <https://documentos.mercosur.int/>

ACTA Nº 1/ RMC/ ANEXO III. Proyecto de Fortalecimiento Institucional para el desarrollo del Itinerario Cultural de las Misiones en America Meridional. Foz de Iguazú, Mayo 2011. Recuperado de: <https://documentos.mercosur.int/>

ACTA Nº 2/ RMTUR. X Reunión de Ministros de Turismo. Punta del Este, 18 de Noviembre 2011. Recuperado de: <https://documentos.mercosur.int/>

ACTA Nº 1/ RMTUR. XI Reunión de Ministros de Turismo. Buenos Aires, 12 de Mayo 2012. Recuperado de: <https://documentos.mercosur.int/>

ACTA Nº 1/ RMTUR. XIII Reunión de Ministros de Turismo. Caracas, 10 de Enero 2014. Recuperado de: <https://documentos.mercosur.int/>

ACTA Nº 2/RMTUR. XIV Reunión de Ministros de Turismo. Buenos Aires, 21 de Noviembre 2014. Recuperado de: <https://documentos.mercosur.int/>

ACTA Nº 2/ RMTUR/ ANEXO V. Itinerario turístico Cultural de las Misiones Jesuíticas. Encarnación, 13 de Noviembre 2014. Recuperado de: <https://documentos.mercosur.int/>

ACTA Nº 1/ RMC. XXXVIII Reunión de Ministros de Cultura del Mercosur. Brasilia, 18 de Junio 2015. Recuperado de: <https://documentos.mercosur.int/>

ACTA Nº 1/ CPC. XI Reunión de la Comisión de Patrimonio Cultural del Mercosur. Jaguar, 18 de Junio 2015. Recuperado de: <https://documentos.mercosur.int/>

Almirón, A. V. (2004). Turismo y espacio. Aportes para otra geografía del turismo. *GEOSP: Espaço e Tempo (Online)*, (16), 166-180.

Almirón, A., Bertonecello, R., & Troncoso, C. A. (2006). Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Estudios y perspectivas en turismo*, 15 (2).

Antón Clavé, Salvador (2000). Turismo, territorio y cultura.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2006) El Qhapaq Ñan, Camino Principal Andino: plan de acción regional para un proceso de integración y cooperación, preparado por la Representación de la UNESCO en el Perú. BID. Perú.

- Bartolomé, M. C., & Llenderozas, E. (2002). La Triple Frontera desde la perspectiva argentina: principal foco terrorista en el Cono Sur americano. Center for Hemispheric Defense Studies, Research and Education in Defense and Security Studies.
- Bembi, M., & Geneyrob, R. (2018). MERCOSUR: un camino complejo en sus primeros 26 años de existencia. *Economía y Desafíos del Desarrollo.*, 98.
- Benatti M. A. (01 de Julio de 2020). Comunicación personal. (M. B. Calle, Entrevistador)
- Bertoncello, Rodolfo (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y transferencias*, 6(2), 29-50.
- Bertoncello, R., Castro, H. y Zusman, P. (2003). Turismo y patrimonio en Argentina. Hacia una conceptualización desde las geografías culturales. Ponencia presentada en Historical dimensions of the relationships between space and culture, Comision on the cultural approach in Geography, IGU, Río de Janeiro, Brasil.
- Bonnefoy-Claudet, Lydie (2011). Les effets de la thématization du lieu sur l'expériencevécue par le consommateur: Une doubleapproche cognitive et expérientielle (Doctoral dissertation, Grenoble).
- Botto, Mercedes. (2003). La integración regional en América Latina: ¿una alternativa para el crecimiento?. Trabajo preparadopara FLACSO, 1-22
- Bouzas, Roberto y Fanelli, José María (2002). Mercosur: integración y crecimiento.
- Cabado, Joan Serra& Marco, Luis Pujol (2001). Los espacios temáticos patrimoniales: una metodología para el diseño de productos turísticos culturales. *Estudios turísticos*, (150), 57-81.
- Caetano, Gerardo. (2011). MERCOSUR: 20 años (No. 337.8 MER).
- Camara Paraguaya de Turismo de las Misiones Jesuíticas (s.f.). [www.rutajesuitica.com.py](http://www.rutajesuitica.com.py). Recuperado el 5 de Octubre de 2019, de Sitio web del la Cámara Paraguaya de Turismo de las Misiones Jesuíticas: <http://rutajesuitica.com.py/v1/index.php/camara-paraguaya-de-turismo-de-las-misiones-jesuisticas/>.
- Caminho das Missões. (s.f.). <http://caminhodasmissoes.com.br/>. Recuperado el 16 de octubre de 2019, de Sitio web oficial Camino de las Misiones: <http://caminhodasmissoes.com.br/>
- Campodónico, R., y Da Cunha, N. (2009). Turismo, desarrollo y Mercosur. Universitat Illes Balears.
- Caraballo Perichi, C. (2004). Hacia la nominación de un bien excepcional en la Lista del Patrimonio Mundial. Tejiendo los lazos de un legado, Qhapaq Nan, camino principal andino, 19 -26.
- Catalano, Bárbara (2015). Turismo e integración regional. Análisis sobre los flujos de turistas en el Mercosur.
- Catalano, Bárbara (2017). Turismo e integración regional: el caso del Mercosur. *Novas fronteiras de estudos em turismo: dialogando com as relações internacionais*.
- Catalano, Bárbara. (S. F.) Pensar la integración desde el turismo intrarregional
- Comisión de Representantes Permanentes del MERCOSUR (2016). *Informe 25 años del MERCOSUR*.
- Comparato, Gabriel. (2012). Turismo en el MERCOSUR. Una aproximación jurídico institucional. *Informe Integrar*, 74.
- Comparato, G. (2016). El uso turístico del patrimonio jesuítico-guaraní en Mercosur (Doctoral dissertation, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales).

- Comparato, G. (2018). *Fuera del mapa: turismo, patrimonio e integración*. 1st ed. La Plata: EDULP.
- Comparato, G. (20 de Septiembre de 2019). Comunicación personal. (M. B. Calle, Entrevistador)
- Conti, A. L. y Cravero Igarza, S. (2010). *Patrimonio, comunidad local y turismo. Notas en turismo y economía*.
- Curbelo, C., Barreto, I., Misionero, P. R. D. P. I., & del Río Negro, N. (2010). Misiones jesuíticas e indígenas misioneros en Uruguay. Conocimiento aplicado para la integración al turismo cultural regional. In *IV Congreso Latinoamericano de Investigación Turística* (pp. 22-24).
- Del Huerto Romero, María (2002). *Gobiernos locales y Mercosur. Nuevos roles, estrategias y modalidades de gestión urbana en contextos de integración regional*. *Territorios*, (8), 13-37.
- Dieckow, L. M. (s.f.). *El Circuito Turístico De Las Misiones Jesuítico Guaraníes. Situación Actual Y Estrategias De Desarrollo*.
- Di Paola, Pablo Emanuel (2015). *Tematización, autenticidad y turismo de fantasía: delimitaciones conceptuales (tesis de grado)*. Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina.
- Decreto nº 45/04 del Consejo de Mercado Común: fondo para la convergencia estructural del Mercosur. Recuperado de: <https://documentos.mercosur.int/>
- Escuela Universitaria de Turismo de Murcia, (2012). *El turismo, conceptos y definiciones e importancia actual*. Obtenido de: <http://www.um.es/aulasenior/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>.
- Feldstein De Cárdenas, Sara Lidia (2008). "El MERCOSUR: Una Mirada al futuro", Centro Argentino de Estudios Internacionales, Programa Integración Regional, pp. 1-16.
- Fernández, K. L. (2007). *Lenguas en contacto: el caso guaraní, español en la República Argentina*. *LFE: Revista de lenguas para fines específicos*, (13), 39-50.
- Fogel, R. (2008). *La región de la triple frontera: territorios de integración y desintegración*. *Sociologías*, 10(20), 270-290.
- Fondo de Promoción Turística de Colombia (2012). *Plan de Desarrollo Turístico de Caldas*. Colombia.
- Gaviria, O. A. (2013). *El paisaje cultural cafetero: Una aproximación desde la institucionalidad emergente*. Cuadernos de Vivienda y Urbanismo.
- Gliemmo, Fabricio. (2014). *Reflexiones sobre la práctica turística: abordaje territorial para definir lugares sustentables*. *Iniciativas en Minas, Lavalleja (Uruguay)*, Anuario Turismo y Sociedad, vol. xv, pp. 115-134. Bogotá Colombia.
- Gómez, A., Restrepo, G. y González-Gómez, P. E. (2004). *Turismo en el eje cafetero*. *Ensayos Sobre Economía Regional*; No. 12.
- Gómez Salazar, D. (2010). *El rol de las organizaciones internacionales en la gobernanza del Qhapaq Ñan y en la Gran Ruta Inca en Ecuador y Perú (Master's thesis, Quito: FLACSO Sede Ecuador)*.
- Gordón Enríquez, Wilfrido Oswaldo & Goyes Villarreal, Martín Wilfrido (2014). *Inventario de atractivos Turísticos y Elaboración de una ruta turística temática interpretativa del Cantón Bolívar, Provincia del Carchi para promover la oferta turística local (Bachelor's thesis)*.

- Heguy, S., & Heguy, S. (2009). Misiones Jesuítas y Guaraníes. Golden Universe. Buenos Aires. AR. 1 §.
- Hiernaux-Nicolas, D. (2002). ¿Cómo definir el turismo? Un repaso disciplinario. Aportes y transferencias, 6(2), 11-27.
- Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). Estudio y perspectiva del turismo.
- IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (s.f.). [www.portal.iphan.gov.br](http://portal.iphan.gov.br). Recuperado el 5 de Octubre de 2019, de Sitio web del IPHAN: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/766/>.
- Ledo, A. P., Bonín, A. R., & Iglesias, A. M. (2007). El turismo cultural como factor estratégico de desarrollo: el Camino de Santiago. Estudios geográficos, 68(262), 205-234.
- Maak, K. (2009). El Camino de Santiago como posible motor turístico en zonas rurales de escasos recursos: el caso de Brandeburgo. Cuadernos de Turismo, (23), 149-172.
- Maciel, Aldo Daniel (2011). Tematización de la oferta turística en Misiones. Del servicio a la experiencia.
- Malamud Andrés y Schmitter Philippe (2006). "La experiencia de integración Europea y el potencial de integración del Mercosur"; Desarrollo Económico, vol. 46, N° 181
- Maldonado Angulo, Rosa Elvira (2011). Definición de un producto turístico temático a partir de yacimiento Paleontológico de Tanque Loma y su entorno natural, en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena; una propuesta de acción (Bachelor's thesis, La Libertad; Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2011).
- Martín de la Rosa, B. (2003). Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: El patrimonio cultural. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 1(2), 155-160.
- Martínez Cano, M. (2013). Qhapaq Ñan: Rumbo a la nominación.
- Medina, X. S., y González, R. C. L. (2017). Ordenación del Territorio y estrategias de planificación en los Caminos de Santiago Patrimonio Mundial. Investigaciones Geográficas (Esp), (68), 47-63.
- MERCOSUR. (s.f.). *MERCOSUR- Página oficial*. Recuperado el 20 de marzo de 2019, de Sitio web oficial del MERCOSUR: <https://www.mercosur.int/>
- MERCOSUR/IV CMC EXT/DEC N° 12/03
- MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Viceministerio de Turismo. Documento de Política Sectorial - Plan Sectorial de Turismo 2014 -2018 - "Turismo para la construcción de la paz". Bogotá Colombia agosto 2014.
- Ministerio de Turismo de Brasil (2007). Plan Nacional de Turismo. Un viaje de inclusión. Disponible en: <http://www.turismo.gov.br/2015-03-09-13-54-27.html>
- Ministerio de Turismo de la Nación (2014). Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Turismo 2025. Disponible en: [www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/Plan-Federal-Estrategico-Turismo-Sustentable-2025.pdf](http://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/Plan-Federal-Estrategico-Turismo-Sustentable-2025.pdf) (Último acceso 15 Noviembre 2019).
- Ministerio de Turismo de Misiones (2016). AETM 2016 Anuario Estadístico de Turismo en Misiones 2016. Posadas.
- Ministerio de Turismo de la Provincia de Misiones. (s.f.). *Misiones.tur.ar*. Recuperado el 15 de octubre de 2019, de Sitio web oficial del Ministerio de Turismo de Misiones: [Misiones.tur.ar](http://Misiones.tur.ar).
- Ministerio do Turismo do Brasil (2013). Plano Nacional do Turismo. O turismo fazendo muito mais pelo Brasil. Disponible en: [www.turismo.gov.br/2015-03-09-13-54-27](http://www.turismo.gov.br/2015-03-09-13-54-27) [Último acceso 15 Nov. 2019].

- Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios. (2011). Plan Estratégico Territorial Avance II: Integración Territorial Internacional. 1a ed. - Buenos Aires: Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios. Recuperado de: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/as\\_13663122172.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/as_13663122172.pdf)
- Ministerio de Turismo de Uruguay (2019). Plan Nacional de Turismo Sostenible 2030. Disponible en: [www.gub.uy/ministerio-turismo/comunicacion/publicaciones/plan-nacional-de-turismo-2030](http://www.gub.uy/ministerio-turismo/comunicacion/publicaciones/plan-nacional-de-turismo-2030) [Último acceso 22 Nov. 2019].
- Ministerio de Turismo y Deportes. (s. f.). Argentina.gob.ar. Recuperado 5 de abril de 2020, de <https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes>
- Ministério do Turismo - Página inicial. (s. f.). Ministério do Turismo. Recuperado 10 de junio de 2020, de <http://www.turismo.gov.br/>
- Mondelli, M. (2018). Elementos para profundizar la agenda del MERCOSUR ciudadano. *Revista MERCOSUR de Políticas Sociales*, 2, 34-59.
- Morgante, Martín. (2003). *MERCOSUR: Relaciones y Tratados*. La Plata. Al Margen.
- Morgante, Martín y Dupuy, Héctor. (2010). *MERCOSUR, UNASUR: desafíos de la integración en el marco de la crisis financiera global*. (1 ed.). La Plata. Al Margen.
- Nova, Juan Manuel Sarmiento (2012). Paisaje cultural cafetero del centro occidente de Colombia: un patrimonio vivo. *Labor e Engenho*, 6(2), 8-15.
- Observatorio del Caribe Colombiano (2015). Lineamientos para una estrategia de integración a partir del desarrollo turístico.
- Oliveros, L. A. (2002). El concepto de frontera en el contexto y en la perspectiva de la integración andina. *Coordinación de Proyectos de Integración y Desarrollo Fronterizo, CAN, Perú*.
- Oyarzún Serrano, Lorena. (2008). Sobre la naturaleza de la integración regional: teorías y debates. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 28(2), 95-113.
- Paisaje Cultural Cafetero. (s.f.). *Paisaje Cultural Cafetero Patrimonio Mundial*. Recuperado el 27 de marzo de 2019, de Sitio web oficial del Paisaje Cultural Cafetero: [www.paisajeculturalcafetero.org.co](http://www.paisajeculturalcafetero.org.co)
- Pardellas, X. X., & Padín, C. (2014). El Camino de Santiago portugués en Galicia y las estrategias turísticas locales. *Revista de Análisis Turístico*, (17), 51-59.
- Paredes S. L. (29 de Marzo de 2020). Comunicación personal. (M. B. Calle, Entrevistador).
- Paredes Suito, S. S. (2018). Aproximaciones sobre la interpretación del patrimonio como herramienta de gestión en la valoración del sitio arqueológico para el proyecto integral Qhapaq Ñan en la zona de Huaycán de Cieneguilla 2015-2017.
- Portocarrero, R. C., & Borba, L. H. (2015). Qhapaq Ñan, herencia cultural, gestión participativa y turismo. *Novum Otium*, 1(1), 25-41.
- Ramos, Hugo y Silva, Natalia (2005). Los procesos de integración regional: el caso del MERCOSUR. *X Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia*. Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Artes, Universidad Nacional del Rosario. Departamento de Historia de la Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional del Litoral, Rosario.
- Rio Grande do Sul. (s. f.). Secretaría de Desenvolvimento Econômico y Turismo. Recuperado 10 de junio de 2020, de <https://www.turismo.rs.gov.br/inicial>
- Rucci, L. (2014). Las ciudades sean unidas: Integración y turismo en la zona de frontera Puerto Iguazú (Argentina) y Foz do Iguazú (Brasil). Grado. Universidad Nacional de La Plata.
- Sancho, A., & Buhalis, D. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización mundial del turismo.

- Sausi, José. Luis., y Oddone, Nahuel. (2010). Cooperación e integración transfronteriza en el Mercosur: el caso de la Triple Frontera Argentina-Brasil-Paraguay. La política internacional subnacional en América Latina, 209-258.
- Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad. Gobernación de Risaralda. (2006). *Plan estratégico de desarrollo turístico frente a la competitividad*. Dirección General de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Secretaría del MERCOSUR (2015 a). *MERCOSUR: Estructura y Agendas*. Montevideo.
- Secretaría del MERCOSUR (2015 b). FOCEM El Fondo para la Convergencia Estructural del MERCOSUR - FOCEM (2005 - 2015).
- Secretaría Nacional de Turismo de Paraguay (SENATUR) (2015). Programa Nacional De Turismo. "Consultoría Para El Diseño De Circuitos Turísticos, Proyecto Ejecutivo De Obras, Plan De Negocios Y Licencia Ambiental De Las Infraestructuras Turísticas Del Programa Nacional De Turismo- Pronatur." N° 2453/Oc-Pr.
- Secretaría de Turismo de Argentina. (s.f.). Argentina.gob.ar. Recuperado el 15 de octubre de 2019, de Sitio web Oficial de la Secretaría de Turismo de Argentina: Argentina.gob.ar
- SENATUR | Secretaría Nacional de Turismo. (s. f.). Recuperado 10 de junio de 2020, de <https://www.senatur.gov.py/>
- SENATUR. (s. f.). PARAGUAY - Tenés que sentirlo. Visit Paraguay. Recuperado 10 de junio de 2020, de <https://www.visitparaguay.travel>
- SENATUR. (2013). Plan Nacional de Turismo Rural Comunitario de Paraguay. Asunción.
- Solla, Á. M. S. (2006). El Camino de Santiago: turistas y peregrinos hacia Compostela. Cuadernos de turismo, (18), 135-150.
- Sunkel, Osvaldo (1998). Desarrollo e integración regional: ¿ otra oportunidad para una promesa incumplida?. Revista de la CEPAL.
- Szary, A. L. A., & Guyot, S. (2009). El turismo transfronterizo en los Andes centrales: prolegómenos sobre una geopolítica del turismo. Si Somos Americanos (Chile), 9(2009-2), 58-93.
- Tresserras, Jordi Juan (2004). La tematización cultural de las ciudades como estrategia de desarrollo a través del turismo. Boletín Iberoamericano de Gestión Cultural,(6).
- Troncoso, C. A. y Almirón, A. V. (2005). Turismo y patrimonio. Hacia una relectura de sus relaciones. Aportes y transferencias, 9 (1), 56-74.
- UNESCO (2014), Qhapaq Ñan, Andean Road System Nomination File, 1459. Word Heritage Convention: Recuperado de: <http://whc.unesco.org/en/list/1459/documents/>
- UNESCO. (s.f.). *Centro del Patrimonio Mundial*. Recuperado el 12 de junio de 2019, de Sitio web oficial de UNESCO: <https://whc.unesco.org>
- UNESCO. Jesuit Missions of the Guaranis: San Ignacio Mini, Santa Ana, Nuestra Señora de Loreto and Santa Maria Mayor (Argentina), Ruins of Sao Miguel das Missoes (Brazil). Extraído de <https://whc.unesco.org/en/list/275>
- Unwto.org. (s.f.). OMT. (Online disponible en: <https://www.unwto.org/es/acerca-de-la-organizacion-mundial-turismo>) Último acceso el 31 de mayo 2020.
- Viva, Julieta. (2011). MERCOSUR Cultural. PAMPA, 1(7), 159-169.
- Wesner, M. E. (2004). El turismo en los procesos de integración económica regional. Inclusión y tratamiento.
- Wilde, G. (2007). De la depredación a la conservación: génesis y evolución del discurso hegemónico sobre la selva misionera y sus habitantes. Ambiente & Sociedade, 10(1), 87-106.

Xunta de Galicia. (2015). Plan Director e Plan Estratéxico do Camiño de Santiago en Galicia 2015-2021. Recuperado de: <http://www.caminodesantiago.gal/es/xacobeo/institucional-y-juridico/plan-director>

Zurita Calipsa, Rosa Elizabeth (2010). *Diseño de la Ruta Turística del Chagra, para el Cantón Mejía, provincia de Pichincha*. Machachi.

# Anexo

---

## Entrevista Gabriel Comparato

20 de Septiembre de 2019

### 1. ¿Cuál es su relación con el turismo desde el punto de vista profesional?

Yo soy docente, investigador y también hago trabajos de consultoría turística. Doy clases en la UNLP y en UADE y tengo una beca en investigación Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia, la famosa CIC, y de vez en cuando tanto para el ámbito público como privado, trabajo hago capacitaciones en temas de patrimonio, cultura y turismo, y trabajo en planes de gestión como fue el caso de las Misiones en Paraguay.

Tengo dos grandes líneas de investigación, una más epistemológica que tiene que ver más con cómo se estudia al turismo en América Latina y otra más aplicada que tiene que ver con el uso tur del patrimonio como clave de integración regional.

### 2. Según su postura ¿Cómo cree que se relacionan el turismo y el patrimonio?

Desde mi postura se relaciona desde múltiples lugares y formas de entenderlo. Hay distintas relaciones y distintas formas de entender esas relaciones. Generalmente, el análisis más tradicional tiene que ver con el análisis de los impactos en el turismo en relación al patrimonio. Es la visión más clásica de abordar la relación entre turismo y patrimonio, y la que más ha tratado la literatura en tur hasta ahora.

Los dos conceptos centrales para abordar esto tienen que ver por un lado con la patrimonialización y por otra parte con el proceso de activación turística. Y como en esta idea de activación turística incluyendo la cuestión espacial o geográfica, los territorios de origen de los turistas empiezan a jugar en términos de la construcción de la atractividad turística de estos destinos o de este patrimonio (...) como los destinos se van adaptando a esas demandas.

En conclusión, hay muchos puntos de abordaje, en relación a como entiendas el turismo, desde que lugar lo segmentos, lo estudies, etc. (...).

Otra forma de entender esta relación es a partir de las disciplinas. Por ejemplo, desde la antropología se estudia la autenticidad del patrimonio y el rol que juega el turismo en eso, si viene a alterar esa autenticidad o todo lo contrario, viene a poner en valor la autenticidad del lugar, desde la geografía el tema de insertar la espacialidad, y desde la economía que impactos genera el turismo en el patrimonio.

### 3. Según usted, ¿qué rol podría cumplir el turismo en relación al proceso de integración regional del MERCOSUR?

Es una cuestión potencial, es decir, el uso turístico del patrimonio PUEDE eventualmente contribuir a la integración regional. Es una cuestión en la que dadas ciertas condiciones y circunstancias tiene esta capacidad de contribuir en términos de integración regional a través de maneras muy distintas: las cuestiones que tienen que ver más con la simple movilidad, es decir que la gente se conozca desde un lugar de origen con el lugar de destino, por otro lado una cuestión más bien de tipo identitaria, esto sería el sentirse parte de algo mayor (la idea de integración incluye la idea de identificación frente a algo), es decir una integración no solo desde el punto de vista económico sino entendida como algo más amplio en donde juega un rol muy importante la cultura y la identidad. En este marco el turismo entiendo que puede generar o estimular ese reconocimiento de la identificación colectiva, de un nosotros. (...)

Entendida en este marco no es una condición necesaria, es decir, no es que se va a dar sino que depende de un montón de factores que creo que como profesionales deberíamos estudiar para no caer en una tendencia de normativa que es como creemos que deberían ser las cosas, sino como son.

Depende de un montón de factores políticos, sociales, culturales, etc. Entre ellos como se articula la oferta turística, como se desarrolla una política de integración, etc.

**4. ¿Qué medidas conoce usted se han tomado o se toman actualmente en el Mercosur para favorecer a la integración cultural?**

Dentro del organigrama del Mercosur, el área de cultura aparece y que en ciertos momentos/ contextos empezó a ser un tema que en términos de agenda es importante. En términos de expresión la cultura juega un rol importante dentro de los procesos de integración. Ahora bien, la evaluación que podemos hacer es que discursivamente en términos de agenda es un tema en teoría prioritario pero ¿Qué es lo que realmente se hace al respecto?

El Mercosur, como proceso de integración es muy errático, dependiendo de los gobiernos que le han dado una impronta más o menos protagónica al proceso y entre ellos a la cultura en particular. Por ciertos momentos históricos la cultura pasa a ser una de los tantos temas de importancia y en otros que básicamente le pusieron el nombre y nada más.

Iniciativas hay, por ejemplo desde la existencia de un fondo común que empieza a reconocer asimetrías entre países del bloque y que por lo tanto los aportes deben ser diferentes (...).

Después se estuvo trabajando en un plan estratégico aunque nunca estuvo el documento terminado.

También la creación de la categoría de patrimonio cultural del Mercosur que fue un avance para incentivar a los países a establecer mecanismos de coordinación a los efectos de gestionar los sitios patrimoniales

Es decir hay acciones, que de hecho si vos vas a las normativas existen declaraciones y algunas acciones concretas y demás, pero a la hora de evaluar esas acciones o resultados es muy difícil de medir. Son sobre todo declaraciones más enunciativas y no puede evaluarse si se llevo o no a cabo

**5. ¿Cómo se trata al turismo dentro de la estructura institucional del Mercosur? ¿Qué importancia tiene?**

Existen dos órganos especializados las RET y las RMTUR. Pero existen diferentes prioridades.

La realidad es que hoy el Mercosur tanto para Brasil como para Argentina son temas poco prioritarios. El turismo en Argentina pasó a segundo plano, de hecho, se bajó de jerarquía institucional y ni hablar que el rol que tuvo el turismo en el proceso de integración en estos últimos años fue muy secundario.

Vuelvo a lo mismo, uno ve y hay algún tipo de acción pero en términos de cómo se avanzó, entiendo que muy poco.

**- ¿en algún momento de la historia del Mercosur el turismo fue un tema prioritario?**

No. Creo que en ningún momento de la historia del Mercosur el turismo fue prioritario, lo mismo que la cultura. Nunca fue una política de estados (en este caso). Primero, fue muy errático, segundo no hubo decisiones fuertes (...). Quedó todo en lo que se llama Diplomacia de Cumbres, esto es reuniones periódicas de diversos representantes de cada gobierno, que no solo le van dando importancias diferentes en función del contexto histórico, sino que a la vez las formas de trabajarlo son distintas. Eso hace que la Diplomacia de Cumbres sea por momentos importantes y por momentos se dejen en el olvido ciertos temas ya tratados en algunas reuniones.

Eso hace que no se haga sostenible algunos temas que aparecen que pueden ser importantes pero que no se sostienen en el tiempo. Son representantes de Argentina en el Mercosur y nunca es esto de pensar el Mercosur como un todo.

**6. ¿Conoce usted cuales fueron los principales avances o los fundamentales temas tratados hasta hoy en las Reuniones Especializadas de Turismo (RET)?**

Se creó el fondo de promoción (...) pero lo que se ven son cuestiones demasiado puntuales que por momentos ha sido por ejemplo la facilitación fronteriza (...) y después las Misiones Jesuíticas Guaraní que en distintos momentos aparecieron.

Se hicieron cosas pero muy específicas y poco articuladas. No hay lo que se llame una política turística del Mercosur, lo que existen son acciones del Mercosur en relación al turismo. Para que haya una política tiene que haber gente que diseñe una estrategia en función de un objetivo común, que establezca como se va a ejecutar o implementar eso (que busque recursos financieros, técnicos...), y una vez llevada a cabo se evalúe y se midan los resultados.

Una política no es solamente una sumatoria de acciones sino que hay un diseño que comprende a unos temas a abordar y en función de eso se decide actuar, eso creo que no existe en el Mercosur.

**7. ¿Según su postura qué obstáculos cree que posee el MERCOSUR en materia de turismo?**

Además de lo que ya hablamos, esta cuestión de que la importancia del turismo dentro del Mercosur la imprime mucho el gobierno de turno.

**8. ¿Conoce cómo se trata al Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes dentro de la estructura institucional del MERCOSUR?**

Yo creo que si le preguntaras a los representantes de las misiones en el Mercosur te van a decir que es de los temas de agenda.

Otra cuestión que se estuvo tratando pero no estoy muy seguro en cómo se avanzó (ni cuanto) tiene que ver con la elaboración de planes conjuntos de gestión. Según entiendo, pero no te lo puedo asegurar, no se avanzó mucho más allá de que se establecieron ciertos criterios, ciertas acciones que deberían tener esos planes, pero creo que nunca se hizo tangible. Lo que si se, porque me toco trabajar el caso paraguayo es que ellos por su cuenta tienen su plan de gestión.

**9. ¿Cuál cree que es el rol de los gobiernos locales, provinciales y nacionales en relación con la gestión de dicho circuito?**

Hay diferentes niveles que intervienen. Y eso es uno de los grandes problemas a la hora de hablar de la gestión turística y patrimonial de los sitios. En primera medida, se ven distintas formas de gestionar los sitios en cada país, digamos dependencias orgánicas diferentes: en Paraguay es la secretaria nacional de turismo, (tiene un nivel nacional), en Brasil depende del Instituto de Patrimonio histórico de Brasil, y en Argentina hay un acuerdo entre el organismo provincial y la comisión nacional de lugares, bienes y sitios históricos.

Esto cambia en que al depender de turismo, obviamente el uso turístico del patrimonio en los casos paraguayos tiene una impronta muy fuerte, (...) hay intervenciones constantemente (guías guaraníes) (...). La impronta turística en los sitios de Paraguay es mucho más fuerte que en los otros países.

Y después está la cuestión no solamente de cómo lo administre o gestione cada país, sino que rol le dan a los municipios. En general la tendencia es que al haber 7 sitios inscriptos en la lista y 30 en total, los municipios sobre todo los ligados a los sitios con declaratoria de UNESCO, se encuentran por fuera de la gestión. Porque justamente la administración de estos sitios le corresponde a un órgano nacional (por ser patrimonio de la humanidad). Esto significa que por ejemplo la recaudación por entrar a esos sitios no va para el municipio, queda para los órganos que lo administran. A veces hay mecanismos de coparticipación, a veces no.

Estos municipios encuentran muchas falencias porque, estamos hablando de pueblos en los que el turismo casi no existe en términos de gestión, entonces tenés enclaves dentro de estas localidades. Es decir turistas que entran, consumen, están poco tiempo y se van. El efecto multiplicador del turismo en esos lugares es muy bajo, lo que hace que el impacto en las comunidades sea bajo.

Los municipios se encuentran con que grandes responsabilidades de gestión, 200 mil personas al año visitan san Ignacio mini en un pueblo de 10 mil habitantes

¿Cómo hago para gestionar eso? Que al municipio no le da muchos beneficios económicos y que además me trae más problemas que beneficios porque se tienen que hacer cargo de la luminaria, de la basura, de los accesos...

Es decir que los municipios muchas veces se encuentran con más problemas que soluciones. Y tienen muy bajo nivel participativo

**10. ¿Conoce usted si existen o existieron estrategias de gestión comunes o en su defecto estrategias de coordinación entre los estados parte para la gestión del circuito?**

Si existieron. En las RETO o RMTUR el tema de las misiones aparece, no digo que no. Pero en general son pequeñas acciones

En un momento hubo folletería conjunta (2016). Hubo una decisión política conjunta de hacer folletería, que podríamos decir fue positivo, participaron los órganos de tur del Mercosur, que es positivo, se hizo la folletería pero ahora bien, es muy difícil de medir la ejecución real de esa medida.

La pregunta es cómo se ejecutó y si se mantuvo en el tiempo (no)

**11. ¿Cree que la gestión del circuito ha sido adecuada? ¿Qué cambiaría?**

Cambiaría la estructuración de la oferta turística. Una de mis conclusiones de la tesis es que la estructuración de la oferta es determinante no solo en términos de la experiencia turística, sino del rol que se le va a dar a las comunidades locales en ese desarrollo turístico. El hecho de integrar en lo que en principio podría ser un producto cultural algo ambiental (como por ejemplo entender los saberes medicinales del guaraní) no solo favorecería a que la experiencia de esta persona que visita el sitio sea mejor sino también que se pueda ampliar la forma de entender al patrimonio, no solo asociarlo a bienes materiales sino también incorporando bienes intangibles. Además, generaría posibilidades para que los actores que hoy están excluidos de la gestión y el uso turístico del patrimonio tengan posibilidades de participar transmitiendo sus saberes, sus formas de vida, etc. Entonces, la conformación de la oferta turística en estos lugares es clave no solo porque permite mejorar la experiencia del turista, sino que permitiría beneficiar la calidad de vida a los pobladores locales.

Hoy en día creo que eso no se ha logrado, que de hecho es una de las conclusiones de mi libro. Creo que hoy no están dadas esas condiciones. Pero trabajar una política turística consiente, responsable y estratégica eventualmente estoy convencido que el turismo puede generar muchas posibilidades

**12. ¿De qué manera cree usted que un circuito turístico temático podría favorecer a los gobiernos locales, provinciales o nacionales en relación a la gestión del recurso turístico? ¿Y en relación a la integración regional?**

Tematizar entendida sin la exclusión de la integración turística. En sentido de que tematizar como una estrategia de construir esto de lo que hablábamos antes (mejores experiencias y a la vez propuestas de desarrollo) pero entendiéndolo en un marco mucho más amplio. Sino volvemos a lo mismo, a enclaves dentro de algo. Es decir, tematizar por el simple hecho de encontrar nichos de mercado sería para mí un error. Tiene que partir de una estrategia y una política mucho más integral donde la tematización es una de las tantas estrategias pero no por eso excluyente de las otras.

**13. ¿Cuál considera que es la temática utilizada en el Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes? ¿Cree que dicha temática es representativa del MERCOSUR?**

La temática podría ser en principio el proceso histórico que comenzó con la llegada de Jesuitas y la fundación de 30 pueblos a partir del S XVII.

Ahora, ninguna de estas temáticas va a ser representativa del Mercosur, porque hay que entender que el Mercosur es muchas cosas. En todo caso lo que sería es parte de un Mercosur relacionado a esta parte de la historia y la cultura y el territorio.

Hay que entender al Mercosur no como algo homogéneo en términos identitarios sino como algo heterogéneo y por lo tanto la temática va a ser representativa de ciertos espacios o regiones, mas ligadas a esto.

(Nunca ninguna de estas temáticas va a ser representativa del Mercosur en su totalidad)

Yo creo que justamente el desafío es lo opuesto, como poner en valor esas diversidades del Mercosur.

**14. ¿Cómo cree que influyó la declaratoria de siete de las reducciones como Patrimonio de la Humanidad de UNESCO en el proceso de integración regional del Mercosur?**

El tema es que hay una declaratoria previa a la creación del Mercosur (83 para Brasil y 84 para Argentina, y 93 Paraguay). Es decir, solamente el caso paraguayo existió después del Mercosur

La declaratoria en sí misma no afectó al proceso de integración, si tuvo un efecto en el momento de seleccionar por donde arrancar en el marco del desarrollo de una política turística estratégica estos sitios que se entendían que fueran compartidos y además que tienen el máximo reconocimiento internacional.

En ese sentido sí, obviamente, pesaron. Pero no por el hecho de que sean patrimonio de la humanidad favoreció o no la integración regional.

**15. ¿Conoce qué recomendaciones da UNESCO para la declaración de sitios en serie?**

Sí, los países cada cierto periodo de tiempo tienen que enviar informes acerca de cómo es la política de gestión, conservación y protección de los sitios. Pero además UNESCO tiene acciones de monitoreo. Cada tantos años mandan a un experto evaluar la calidad de protección y gestión y conservación de esos sitios. Creo que San Ignacio Mini o los casos Argentina recibieron en varias oportunidades (está en la página de UNESCO) llamados de atención respecto a ciertas cosas que si bien no atentaban contra el Valor Universal Excepcional pero que sí deberían ponerse en la agenda. (...)

Eran acciones más bien de la misma conservación y protección y no tanto de la gestión turística compartida

Si obviamente está claro que la gran preocupación de UNESCO es que se gestionen coordinadamente.

**16. ¿Cree que se llevaron a cabo dichas recomendaciones en los siete sitios declarados patrimonio?**

Ahora bien, si bien UNESCO siempre dio esas recomendaciones la realidad es que cada país o incluso cada sitio trabajan por su cuenta.

Acá me parece que el problema es que siempre UNESCO incentiva y monitorea esas cuestiones pero no se llevaron a cabo, es decir cada uno por lo general trabaja por su cuenta.

**17. ¿Cómo imagina al Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes en 20 años?**

Probablemente más turístico de lo que está ahora en términos de llegadas, pero dadas las circunstancias actuales con grandes desarticulaciones espaciales y temporales. Es decir, probablemente tengan mejores experiencias y mejores propuestas, ahora, los deseos espaciales y temporales que hoy tienen las misiones probablemente a menos que se tomen medidas un poco más estructurales, más de fondo, no creo que se modifiquen. Esto es que se ate mucho la estacionalidad de la demanda, y la cuestión espacial de concentrar los flujos turísticos en determinados puntos y otros que queden desarticulados como el caso de Santa María la Mayor. Y eso hace que la demanda esté muy concentrada y diferenciada espacialmente.

Creo que para resolver estas cuestiones debería haber una política más de fondo que trate temas más estructurales y sobre todo que incorpore otros niveles de gestión, como por ejemplo el local / municipal.

**18. ¿Cree que hay algo más para agregar?**

Para terminar, dentro de esta tematización creo que los caminos más saludables o sostenibles tienen que ver con el tener como tema de agenda prioritario la percepción y vinculación de los locales con respecto a los sitios (...)

Solo para darte un ejemplo, en Paraguay la gente se quejaba (...) de que a partir de la denominación de patrimonio mundial ellos dejaron de poder hacer casamientos en las iglesias de los sitios porque se entendía que esos casamientos en los que iba a veces 100 personas podía dañar los sitios arqueológicos. A partir de las discusiones que existieron en

el plan de gestión se decidió que estableciendo un protocolo en el que se indica límites (que se puede hacer, que música, que cantidad de gente), esas cosas si se van a poder hacer. Es decir, en la medida en que esos usos tradicionales que hace la gente de esos sitios se empiecen a recuperar (al menos en parte, y con los cuidados que requieren para no dañar el patrimonio), sería importantísimo para la tematización esto. Para que la gente se sienta parte de esa identidad y no queden des- apropiados de un patrimonio que en realidad les pertenece.

Eso dado en el margen de una propuesta más ambiciosa que tiene que ver con el hecho de mejorar experiencias y a la vez generar propuestas de desarrollo sostenible, puede ser clave la tematización.

## Entrevista Silvia Liliana Paredes

29 de Marzo de 2020

### 1. ¿Cuál es su relación con el turismo desde el punto de vista profesional?

Soy Licenciada en Turismo desde el año 2010, y el tema que tomé de investigación para realizar mi tesis fue las comunidades Mbya guaraníes que están dentro de la provincia de Misiones, y tomé un muestreo de las comunidades que en ese momento estaban, que eran 92 en ese momento. Yo tomé 36 para ver cuáles de ellas estaban interesadas o no en trabajar con turismo. Después hice un estudio de caso con una de las comunidades que ya trabajaban con turismo.

Además me dedico a la parte de la docencia dentro de la Universidad Nacional de Misiones como Ayudante de Trabajos Prácticos en la cátedra Teoría del Turismo, en la cual se analiza los efectos en los lugares que reciben al turismo. Aspectos tanto económicos, culturales, ambientales y sociales. Así que justamente lo mío es trabajar sobre las comunidades que son receptoras de turismo.

Mi línea de investigación se basa en la parte de comunidades locales o del patrimonio.

También soy docente de un terciario, que es una tecnicatura en Hotelería y Gastronomía. He hecho algunas ayudas a emprendimiento de alojamiento.

### 2. ¿Conoce el Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes?

Sí. Había escuchado sobre la existencia del circuito sobre las reducciones que se encuentran en Argentina, Brasil y Paraguay (...). Inclusive sé que había un precio, un valor de la entrada, en la que al visitar una de ellas ya con esa entrada podías visitar el resto. Había una organización, digamos. Pero no sabía que el circuito incluía también a las de Bolivia.

### 3. Según usted, ¿qué rol podría cumplir el turismo en relación al proceso de integración regional del MERCOSUR?

Yo creo que el turismo tiene un rol muy importante y sumamente protagónico en esta zona. Misiones es una provincia muy turística, al tener uno de los atractivos más importantes de la Argentina que son las Cataratas del Iguazú. Es uno de los destinos más visitados por el turismo internacional. De ahí en adelante, con nuestros vecinos de Brasil, que tienen una de las mejores playas del mundo y un montón de posibilidades en cuanto al turismo internacional, y Paraguay, que ya si lo miramos más a nivel microrregión, es decir posicionándome desde Misiones e incluso desde Posadas, tenemos a Encarnación que está creciendo a pasos agigantados con las playas de río más importantes de todo Paraguay y que se encuentra justo justo en frente de posadas. Ellos concentran mucho de su turismo de verano en esta ciudad.

Entonces si uno va viendo desde cercanía como se están posicionando los destinos para el turismo, sí yo creo que el turismo tiene un rol fundamental. Además podemos mencionar turismo cultural (a través de lo que son las Misiones Jesuíticas), turismo de naturaleza, turismo de compras (con Encarnación y Ciudad del Este). Tenemos un poquito de todo lo que el turista demanda, por eso creo que el turismo es protagónico en esta zona.

El tema quizás sea, lo de siempre, la planificación de cómo se implementan las medidas, cómo se maneja al capital extranjero para que después no haya un “dejar de lado” a la población local y que solamente se beneficien las empresas.

#### **4. ¿Qué actores podría identificar que intervienen en el desarrollo del turismo en la región?**

En la región... no sé. Te puedo hablar más a nivel provincial y local.

Nosotros (en la Provincia de Misiones) tenemos en cuanto a lo político un despliegue bastante importante. Tenemos Ministerio de Turismo, por ejemplo, siendo que otras provincias no llegan a esa jerarquía. Se le da importancia al turismo en la agenda política y en los discursos políticos. Lo mismo sucede en la otra orilla, como en Encarnación.

Después las empresas. Tenemos empresas turísticas importantes como agencias de viajes de turismo receptivo, empresas muy reconocidas, y tenemos también mucha cantidad de micro emprendedores que son actores que tienen su poder aunque mínimo. (Lo tendrían más aun si se juntan entre todos, que es lo que aun no se visualiza).

Después se hace un... un “desdibujamiento”, sería la palabra, en lo que refiere a todos los que querrían tener alguna forma de vinculación con el turismo (como artesanos por ejemplo), en donde se hace endeble la actividad porque vamos requiriendo de cosas que están en el afuera de la provincia para nutrirse y completar lo que se necesita para un producto o un servicio terminado.

Pero en resumen los principales actores serían el gobierno, las empresas (grandes y pequeñas o medianas) y el resto que ya se comienza a desdibujar. En sí la comunidad local todavía no se siente del todo participe del turismo. Ahí hay algo que todavía falta visualizar de que realmente sea algo beneficioso para el residente, y que el residente lo pueda notar.

Además todo lo que sea gastronómico también juega un papel importante. En donde empiezan a jugar un papel protagónico las yerbateras, por ejemplo.

#### **5. ¿Cuál cree que es el rol de la población local en estos emprendimientos turísticos y cuánta participación tiene efectivamente?**

Te comentaba que hay muchos emprendimientos locales, pequeños y sin demasiado capital, pero en donde sí se tiene la intención de trabajar con el turismo. Y es gente que busca capacitarse, que busca la seguridad del turista y demás.

Después obviamente, está la gente que trabaja y que consigue empleo gracias a los grandes emprendimientos turísticos (de alojamiento principalmente). Eso sucede en lugares como Iguazú, Puerto Rico u Oberá. Y después muchísima gente que por no ser de profesión turística no entiende de la dinámica del turismo. Por ejemplo en Posadas, que es una ciudad de turismo de negocios, quien tiene por ejemplo un kiosco en el centro y que siempre se ve beneficiado por gente que viene por turismo de negocio por ahí ni se imagina que está recibiendo un beneficio del turismo. Porque todavía no llega a ser tan entendida por el local, porque no entienden la lógica.

En líneas generales si uno habla con cualquier persona de la provincia de Misiones vas a ver que aceptan el turismo. O sea el turismo tiene muy buena aceptación por parte del local, pero obviamente que hay desventajas. Por ejemplo en Iguazú, que es un destino de turismo internacional y de gran escala digamos, las personas que viven allí saben que dependen de la actividad turística como fuente de empleo pero también lo sufren. Porque muchas veces los servicios de luz, de agua, no alcanzan. Y si hay una dificultad siempre se va a prevalecer la necesidad de los grandes hoteles, para que al turista no le falte ni luz ni agua, y se pone en un segundo plano al residente. Entonces si bien ellos saben que dependen de esa actividad también la sufren en ese plano.

##### **- ¿Y en cuanto a las comunidades guaraníes? ¿Cómo reciben al turismo, cuánta participación se les da, cuánto beneficio obtienen...?**

Bueno, las comunidades que están en misiones y que son de la parcialidad Mbya Guaraní, son muchas veces muy diferentes entre sí. Comparten muchos rasgos, pero cada comunidad tiene una dinámica muy diferente.

En este momento rondan alrededor de 116 comunidades en la provincia, esto lo contrasté hace poco con la Dirección de Asuntos Guaraníes y con un cacique con el que seguí en

contacto luego de mi investigación. Y esto fluctúa porque las comunidades se van disolviendo y se van creando nuevas.

(...) Entonces es muy diferente cómo se toman al turismo cada comunidad porque depende de la persona que esté al frente y de las personas que la componen. En mi caso cuando realicé la investigación de tesis, tomé como caso una comunidad que si bien trabajaban mucho con el turismo también salvaguardaban sus intereses y su cultura, sus costumbres. Es decir, limitaban mucho lo que se podía ver y lo que no, recibían el turismo cuando ellos lo decidían entonces no eran invadidos.

Pero también existen otras comunidades que trabajan en conjunto con agencias de viajes, o con hoteles. En ese sentido escuché cosas interesantes, en donde se trabaja muy bien con las comunidades. Los guías pertenecen a la comunidad, y es él mismo quien realiza el recorrido por la comunidad, explicando las costumbres.

Pero también se sabe que hay algunos casos en donde son estafados, invadidos en cuanto a su privacidad, que no se contempla en qué momento se puede recibir turistas y en qué momento no. Es el caso de una de las comunidades más grandes que se llama Fortín Mbororé, que, al estar ubicada cerca de la ciudad de Iguazú, recibía muchos turistas. En esa comunidad fue la primera en la que ocurrieron suicidios de adolescentes, lo que nos da la pauta de que algo no está bien. Y hubo otra comunidad que se llama Illapú que quedaba en una zona en donde se construyeron muchos emprendimientos hoteleros quitándoles espacio a las comunidades. Es decir, se les dio otro lugar con título, pero que era mucho más pequeño del que ellos tenían originalmente sin título. Eso llevó a que la comunidad se dividiera en dos... y bueno un montón de problemáticas.

También obviamente, si bien yo no he estudiado el tema en profundidad, es sabido de la problemática de trata de personas. Son un montón de cuestiones que los deja muy vulnerables, muy expuestos.

Agregado a esto, y volviendo a lo que yo pude ver en mi investigación, yo tuve que hacer subtipos. Porque de esas 36 comunidades que yo tomé como muestra, algunas tenían contacto con el turismo y otras no tenían ningún tipo de contacto. De las que tenían contacto con el turismo había subtipos: la que yo llamé subtipo A eran comunidades que se relacionan con los turistas dentro de sus comunidades, o sea que ellos no salían afuera de la comunidad, sino que recibían a los turistas dentro. Y dentro de ese subtipo, había algunas que ya tenían preparado un circuito de sendero o alguna práctica para mostrar y otras que simplemente recibían al turista y le hablaban.

Después el segundo subtipo eran los que tenían contacto con el turista pero fuera de su comunidad. Por ejemplo, quienes salían a vender artesanías, en parques nacionales o en las rutas. Y obviamente las que hacían ambas cosas, recibían turistas y salían a vender.

Pero había comunidades que no tenían ningún contacto con el turismo, y de esas había incluso algunas que no les interesaba mantener ningún tipo de contacto con el turismo.

Entonces hay un manotón de realidades y de intereses diferentes. Obviamente que cuando uno empieza a trabajar y a estudiar estos casos, los estudia desde su punto de vista o una mirada occidentalizada. Por lo que uno cree que los está ayudando y en realidad no los ayuda

#### **6. ¿De qué manera cree usted que un circuito turístico temático podría favorecer a la gestión de un recurso turístico (de estas características)? ¿Y a la integración regional?**

Bueno yo creo que las divisiones políticas son arbitrarias y se corresponden a un momento histórico, asique es muy valedero esta integración regional que sobrepasa los límites de de cada nación. Pero a la vez es indisoluble por la historia en común que comparte esta región, asique desde ese punto me parece muy valedero que sea a través de esta temática vinculada a la historia en común que se intente llegar a una integración de la región.

Me parece que debería favorecer sin lugar a dudas a la integración regional y a la mirada en común hacia objetivos conjuntos, de que se quiere lograr en cuanto a la actividad turística. Pero se dificulta justamente porque las medidas y los programas no son extendidos en el tiempo y muchas veces se modifican de acuerdo a los gobiernos de turno de cada país. Si esto siguiese adelante sin importar quien asumiera en cada país tendría más futuro, creo yo.

**7. ¿Cuál considera que es la temática utilizada en el Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes? ¿Cree que dicha temática es representativa del MERCOSUR?**

En cuanto a esta temática basada en la historia común de la región, del proceso de evangelización jesuita en las comunidades guaraníes, me parece súper valedera y me parece que ayuda a la integración y al compartir cultural e histórico. Pero por ahí es bastante dificultoso cuando uno quiere extender en el tiempo un proyecto por esto que mencionaba de los gobiernos de turno y también de la dependencia de organismos externos, como el caso del BID. Porque muchas veces no se cuenta con recursos para implementar en grandes proyectos y se recurren a organismos internacionales.

Sin lugar a dudas la historia de las reducciones jesuíticas forma una parte importante de nuestra historia compartida con nuestros países vecinos. Con esto quiero decir que este corredor no está puesto a presión, sino que ese corredor se hace presente a través de la historia y es totalmente valedero. Ahora, ¿qué representa realmente para el resto de la sociedad?, yo creo que por un lado hay un discurso en el que se considera algo importante a nivel histórico, pero que en la realidad hay un gran desconocimiento de esa historia. O sea, no se valora tanto porque se desconoce. Hay que tener en cuenta también que la provincia de Misiones tiene un gran componente de población inmigrante, que vino después de todo esto, y que por eso no se le dio la importancia que sí se le dio posteriormente a lo largo del tiempo. Cuando más adelante en el tiempo se empezó a “redescubrir” ese patrimonio, a veces también a partir de la mirada del propio turista, y luego a partir de la declaración de UNESCO, entonces sí se comenzó a valorar y a mirar diferente.

Igualmente no creo que se le dé la importancia que se le daría si conociéramos más de nuestra historia, es decir hay un desconocimiento de la historia que hace que el local no lo valore como lo que realmente significa.

**8. ¿Cree que hay algo más para agregar?**

Sí. Hay algo que hay que tener en cuenta al momento de hablar de las reducciones jesuíticas y de las comunidades guaraníes y es que aquellas parcialidades guaraníes que fueron reducidas por jesuitas, no pertenecen a las comunidades Mbya guaraníes que son las parcialidades que hasta hoy habitan la provincia de Misiones en su gran mayoría. La parcialidad que fue reducida por los jesuitas fueron los Tupí guaraníes.

Los Mbya tuvieron contacto con los jesuitas, por ejemplo a través de algún intercambio económico, o de alguna actividad puntual, pero ellos nunca fueron reducidos. Porque la parcialidad Mbya, por su misma forma tan libre de ser que tenían, nunca aceptaron formar parte de las reducciones Jesuitas. Eso es un dato a tener en cuenta para entender la gran variedad y las diferentes realidades que se hacen presentes en las comunidades actuales.

## **Entrevista Marta Antônia Benatti**

01 de Julio de 2020

Perfil profesional: Ha estudiado Comunicación Social y Relaciones Públicas en la Universidad de Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Actualmente es consultora de mercado en SEBRAE (Servicio Brasileiro de Apoyo a Micro y Pequeñas Empresas) y una de las cuatro socias fundadoras de la operadora turística Caminho das Missões.

**1. ¿Podría contarme brevemente la historia de Caminho das Missões y su relación con esta empresa?**

En 1999 comenzó la idea para el desarrollo del turismo en la región de las misiones, para contar la historia. Éramos 4 personas en el equipo, como fundadoras, y decidimos dividir el proyecto en 3 etapas: la primera un camino de 3 días (del lado brasileiro), la segunda etapa un camino de 14 días (del lado brasileiro también) y en la tercer etapa todas las misiones, las 30, que constituye el camino internacional de hasta 30 días.

Decidimos que las rutas debían pasar por todos los pueblos para poder contar la historia completa de las reducciones, la cultura guaraní y el proceso de evangelización jesuítica.

En el 2001 empezamos la primera caminata experimental de 3 días por Brasil, y en el mismo año lanzamos el camino de 8 días (siempre dentro de Brasil).

En el 2005 lanzamos por primera vez el camino de 7 pueblos brasileros de 14 días de estadía. Pensábamos que en poco tiempo íbamos a poder hacer todo el camino de las 30 misiones y terminar la tercera etapa, pensábamos que en 5 años, pero nos llevo 8.

Hoy tenemos una oficina en Paraguay, se llama La Misión Group, en Encarnación, y en Argentina la agencia Verdagua en Posadas. Como objetivo siempre fue contar la historia de las misiones, haciendo hincapié en las experiencias y las vivencias que tiene el peregrino al recorrer estos caminos.

Seguimos haciendo normalizaciones y todo lo que podemos para que sea un éxito. Más que una ruta turística es un camino de mucha experiencia y muy enriquecedor a nivel espiritual para quienes lo recorren en su totalidad.

## **2. ¿Podría describir brevemente qué ofrecen las diferentes rutas y por qué sitios pasan?**

Hoy en día ofrecemos circuitos nacionales (dentro de Brasil) e internacionales. Se pueden recorrer a pie y en bicicleta, y está previsto para más adelante lanzar rutas que se puedan recorrer en auto. También hacemos visitas escolares que son de solo 1 día de duración y solamente dentro de Brasil, por cuestiones legales, es decir que no está permitido salir del país con menores de edad sin una autorización.

Además se pueden hacer de forma grupal o auto guiadas. Los caminos de cicloturismo (en bicicleta) son siempre auto guiados y por ahora solo tenemos dos, que recorren los sitios de Brasil únicamente. Uno tiene una duración de 3 días y otro de 5 días.

Las caminatas, que se pueden hacer grupales o auto guiadas, pueden ser nacionales o internacionales. Las internacionales, la más larga de todas, involucra a los sitios de Brasil, Argentina y Paraguay, es la que dura 30 días. Se ofrecen casi todos los alojamientos (28 noches de alojamiento) y casi todas las comidas, es casi pensión completa.

Este tour, que es el más largo, inicia en San Ignacio Guazú (Paraguay) y termina en Santo Angelo (Brasil). Incluye todas las entradas a los 30 sitios y todas las visitas guiadas (de los sitios que tienen visitas guiadas). También algunos espectáculos nocturnos y una visita a una Aldea Guaraní en Paraguay. Es el más completo de todos y es el que ofrece mayores vivencias para el peregrino, vale mucho la pena recorrerlo. Además se forman lindos equipos, que siempre terminan siendo amigos.

Después hay dos rutas internacionales más cortas, que pasan solo por dos países: una de 13 días, que pasa por Argentina y Paraguay; y otra de 8 días, que pasa por Argentina y Brasil.

Después los circuitos nacionales pasan solamente por los sitios de Brasil. Hay rutas de 14 días, de 11 días, de 9 días y de 6 días. Ah y también uno de 4 días.

## **3. ¿Dónde se alojan los peregrinos?**

La mayoría de las veces en casas de familias (sobre todo los que hacen la ruta más larga, de 30 días). Pero también hay posadas y albergues. Para mí es un punto a favor para quienes vienen caminando encontrarse con gente que les brinda alojamiento en su propia casa, porque se comparten experiencias, se generan vínculos, se hacen amistades...

Queremos incentivar a que se formen asociaciones de alojamientos en casas de familias, para que podamos ofrecerlos cada vez más.

Por ahora solo trabajamos con algunos propietarios que siempre están dispuestas a albergar peregrinos en su casa, (...) y que por lo general es gente que realizó el recorrido con nosotros y decidió ofrecernos su hogar como albergue. Pero quisiéramos que se formaran asociaciones porque creo que es una muy buena forma de realizar un turismo sostenible, desde el punto de vista económico, porque sabemos que los ingresos que les generamos a esas familias quedarán para ellas y no para los dueños del hotel.

## **4. ¿Cuál es el perfil del turista que se interesa por estos recorridos?**

La mayoría son personas de arriba de 50 años hombres y mujeres, pero últimamente hay más mujeres. Hay algunos jóvenes de 18 o 20 años (...), pero la mayoría son jubilados.

Es gente que le gusta caminar, hacer deporte, revivir experiencias de la historia, (...) se interesan mucho en la cultura y la gastronomía. O sea, son viajeros a los que no les

interesa demasiado la comodidad, sino las experiencias y el contacto con los que viven en el lugar. Por eso es que les gusta tanto alojarse en casas de familias y no en hoteles.

(...) En general no suelen ser religiosos, no es tanto la religión lo que los impulsa a viajar, sino vivir la experiencia.

Suelen elegir más las caminatas grupales. Porque los que eligen las caminatas auto guiadas son ya peregrinos expertos, que muchas veces ya han realizado una o más caminatas grupales y se deciden por recorrerlos solos.

Después, en cuanto a las nacionalidades, la mayoría suelen ser brasileños y realizan los caminos nacionales, aunque nos ha tocado algún estadounidense una o dos veces. Eso en las caminatas auto guiadas, y en las caminatas grupales hay muchos brasileños y argentinos. También nos encontramos con uruguayos, y rara vez estadounidenses. No nos han tocado europeos, pero creo que puede ser por el tiempo de recorrido que lleva.

Pero sí, a grandes rasgos es gente a la que le gusta empatizar con los demás, que no les importan las comodidades y que tienen gusto por el deporte (...).

Es que el hecho de recorrer las rutas internacionales, y en especial la de 30 días, genera experiencias de vida únicas. Que no tienen tanto que ver con el recorrido en sí, sino con las relaciones humanas que se forman a lo largo de la estadía. Eso es lo que busca el pasajero, por eso decide emprender este camino.

Se forman equipos muy cálidos en donde se van creando lazos de amistad, entre los mismos peregrinos y también con las personas con las que se encuentran a lo largo del recorrido, como son por ejemplo las familias que los hospedan (...).

##### **5. ¿Cómo debe hacer el peregrino para contratar las excursiones?**

Nosotros podemos vender de forma directa como operadora de turismo y también las oficinas de Paraguay (La Misión Group) y Argentina (Verdagua), que son agencias de turismo, pueden vender y operacionalizar. O sea, hacer todo el trabajo de recepción y guía. Nosotros estamos siempre abiertos para hacer nuevos puntos de venta para distribuirlo y comercializarlo cada vez mejor.

##### **- ¿Existen asociaciones entre privados, con el Mercosur o con el sector público?**

No, no hay asociaciones de ningún tipo, al menos que yo conozca. Nosotros nos asociamos de forma voluntaria. Porque surgió desde nosotros, no porque ya existiera un marco o una asociación como tal a la cual uno pueda unirse.

Y entre privados y públicos... que yo sepa no, no hay nada.

##### **6. En cuanto al diseño de la ruta internacional de 30 días, que pasa por Argentina, Brasil y Paraguay ¿Cuáles fueron principales obstáculos que tuvieron que atravesar para llevar a cabo este proyecto? ¿Aún tienen dificultades?**

Sí, sí hubo varias dificultades. Al principio, con las rutas nacionales no tantos. Empezamos los primeros caminos experimentales en 2001 y en 2005 conectamos los 7 pueblos brasileños. Imaginábamos que en 5 años tendríamos el camino internacional, pero nos llevo 8.

Esto fue porque, en primer lugar, teníamos que hacer muchas investigaciones sobre la cultura y la historia, y la forma de organizar las vías para que se conectaran los pueblos de la forma más parecida a lo que era originalmente. Elegíamos vías no pavimentadas y que tuvieran alguna conexión con la historia. Todo ese trabajo de investigación nos llevó más tiempo del que teníamos planeado.

El otro punto, fueron las distancias. Porque los caminos los armamos siguiendo un patrón: tienen que tener no más de 30 o 32 km de caminata por día y deben tener paradas para el almuerzo y hospedaje. Porque los viajeros no pueden caminar todo el día sin descanso, entonces tenemos que ofrecer lugares físicos en los que podamos parar, ir al baño, comer, y al final del trayecto dormir. Es algo que parece muy simple pero fue muy complicado, porque no encontrábamos la forma de conectarlos en base a esa funcionalidad, los albergues estaban muy distanciados y no teníamos puntos donde parar a medio camino. Por eso fue que empezamos los trabajos pero no conseguíamos darle continuidad. Tuvimos que hacerlo de a poco, armando primero las conexiones más cercanas y después las más complejas.

Todos los caminos los hicimos basándonos lo máximo posible en las rutas originales que comunicaban los pueblos (...). Pero muchas veces los tramos originales estaban perdidos, o atravesaban campos privados. Algunas partes del trayecto internacional pasan cerca de aldeas guaraníes. Ahí establecimos vínculos con esas comunidades y les propusimos que nos dejaran almorzar allí cuando pasáramos con los peregrinos, algunas veces hasta nos dejan hacer visitas guiadas dentro de la aldea, (...) hay comunidades que son más abiertas a recibir turistas que otras.

Al final en 2018 conseguimos hacer la primera caminata internacional experimental. Más o menos en la misma época surgió la posibilidad de articular con las agencias Verdagua en Argentina y La Misión en Paraguay.

(...) Los principales obstáculos que aún hoy tenemos tienen que ver con los cruces de fronteras. No existe libertad de circulación, entonces debemos hacerlo por buses y nos lleva mucha demora de tiempo, además de que es costoso. Ah, y otro punto también son las diferencias cambiarias.

#### **7. ¿En algún momento han contado con ayuda económica o con difusión y publicidad por parte del Mercosur para el desarrollo del proyecto?**

No, no tuvimos nada de ayuda del Mercosur. Igualmente tampoco la buscamos, digamos nunca pedimos beneficios a ningún organismo del Mercosur.

No tenemos tampoco ayuda para la gestión, lo hacemos nosotros. Sí hay obviamente algunas regulaciones que nos permiten o nos imposibilitan realizar determinadas actividades en los sitios arqueológicos (...) porque muchos son patrimonio de la humanidad y están protegidos a nivel mundial. Por ejemplo no podemos alojarnos dentro del predio en el que se encuentran los sitios (...), porque no hay infraestructura pero también porque no está permitido. En ese sentido sí encontramos “restricciones” por parte de los organismos estatales. Algunos países más estrictos que otros.

#### **8. ¿Cree que estas rutas de peregrinación pueden contribuir con la integración regional del Mercosur?**

Sí y no. Creo que podría contribuir con algunos aspectos de la integración regional.

El Mercosur es una unión más bien política, y creo que a lo largo de los años no han hecho demasiado esfuerzo por conseguir una verdadera unión entre los países. Pero creo que a niveles culturales los caminos de las misiones sí podrían contribuir a la integración regional, pero solo desde ese punto.

Nosotros siempre intentamos divulgar la idea de que este producto es común a esta región y que por lo tanto une a los países del Mercosur, por estar basado en una historia en común. Así que sí, creo que este eje es un factor muy importante para establecer vínculos entre países y para entender este pasado que la región tiene en común.

También los demás países que pertenecen al Mercosur tienen muchas cosas similares. Uruguay también tiene vestigios de reducciones jesuíticas guaraníes y Bolivia también, solo que en Bolivia no eran guaraníes sino Moxos (...).

Así que desde el punto de vista de la integración cultural, creo que la promoción y el desarrollo de este tipo de turismo en los caminos internacionales (que nosotros ofrecemos) puede ser un gran punto a favor. Sobre todo porque nosotros no ofrecemos un turismo clásico, lo que ofrecemos es un tipo de turismo que justamente se basa en establecer vínculos sociales. Porque las caminatas que son grupales (...), hay que tener en cuenta que uno convive con el mismo grupo durante 30 días (que es lo que dura la expedición más larga). Entonces en ese contexto es inevitable generar vínculos, compartir experiencias... y también con las poblaciones locales. Nosotros fomentamos mucho eso, nos gusta que se genere eso.

Pero después en los demás aspectos de la integración regional creo que no sirve demasiado, porque en sí el Mercosur no pone mucho empeño en eso. Es una unión a fines políticos pero que en la práctica realmente no se ve. Como te contaba, nosotros tenemos que pasar por las fronteras y es un proceso que nos lleva mucho tiempo, no hay una circulación libre por ser países del Mercosur. Además están las diferencias cambiarias, las diferencias en las políticas que se toman de un lado y del otro en relación al turismo... (Ahora con la pandemia se pudieron ver mucho mejor)

Es decir, creo que para que este tipo de circuitos puedan contribuir realmente a la integración regional debería haber una continuidad en las políticas que se toman a nivel regional, que sean constantes en eso.

#### **9. ¿Quisiera agregar algo más?**

Sí, bueno, en relación a esto que venía diciendo. Ahora por supuesto, por el tema del Covid tenemos suspendidos los circuitos, no los estamos realizando. (...)

Pero uno puede ver muy claramente las soluciones que se toman del lado Argentino contra las del lado Brasileiro. Argentina con un cierre de fronteras y una cuarentena rígida, mientras que en Brasil... no.

En nuestro caso con las rutas internacionales, en cuanto todo esto pase y se pueda volver a hacer turismo (obviamente con algún protocolo..) hay que ver qué condiciones nos limitarían de cada lado de la frontera.

Por eso creo que en la medida en que las políticas de cada país sigan siendo tan dispares, es muy difícil que se logre una integración regional.

## **Entrevista Claudia Mabel Abelen**

30 de Agosto de 2020

#### **1. ¿Cuál es su relación con el turismo desde el punto de vista profesional?**

Yo me gradué en la carrera de Turismo y Comunicación en la Universidad Nacional de Córdoba. Y posteriormente hice una maestría en Alto Gerenciamiento en Planificación de Sectores Público y Privado, en la Universidad Internacional de Andalucía, en España.

Durante mi carrera participé en varios proyectos nacionales e internacionales. Fui autora del "Plan de Reactivación Económica Regional a través del turismo", que fue declarado de interés por la Cámara de Senadores de la Provincia de Buenos Aires y presentado ante organismos académicos y empresariales de España e Italia.

Y además soy autora de otros 50 proyectos que tratan sobre: el desarrollo regional, la reactivación económica, la cultura y el desarrollo local, la sostenibilidad, la competitividad y la planificación turística.

#### **2. Según su postura ¿Cómo cree que se relacionan el turismo y el patrimonio?**

Para mí, la relación entre el turismo y el patrimonio, lo es todo. Tanto para la razón de ser de la actividad turística, como para la comunidad residente (qué es bio parte de ese patrimonio) y los visitantes turísticos, que pueden experimentarlo cuando visitan el destino. El turismo y el patrimonio conviven entre sí, y debemos planificar en función de esa relación si pretendemos hacer de la actividad turística un beneficio no sólo a nivel económico, sino también como factor de fortalecimiento de la identidad del destino.

Pensándolo de esa forma, entendiendo a la actividad turística como un sistema comprensivo que abarca todos los aspectos del hábitat que se ofrece al mercado del turismo: un sitio compuesto por una comunidad que lo habita, que contiene un patrimonio material o inmaterial en el marco de circunstancias bioambientales que lo contienen.

O sea que, el Patrimonio, sea este tangible o intangible, es el recurso; y el turismo es la herramienta. Es el medio por el cual un destino, puede ser susceptible de beneficiarse (entendido como beneficiar a la comunidad que lo habita, y también mentalmente a la región y país donde se encuentra) a través de una actividad que los planificadores nos debemos proponer que sea rentable, pero que además debe alcanzarse con criterios de sustentabilidad, equidad e inclusión:

(...) Primero, criterios de sustentabilidad porque se deben respetar no sólo las instancias de cuidado medioambiental y su capacidad de carga objetiva, sino la capacidad de carga subjetiva, que son los aspectos psicológicos, históricos y de idiosincrasia de la comunidad residente.

Segundo, criterios de equidad, para que los beneficios de la actividad turística redunden en beneficio para los habitantes de la comunidad. (...) O sea, tener criterios de equidad, sobre todo para que sea una oportunidad de superación, de transformación de la economía del

lugar y motorizador en la generación de empleo en beneficio de los que menos tienen, y proponiendo instancias de superación y profesionalización del sector.

Y tercero todo lo que tiene que ver con lo inclusivo, o sea, garantizar el respeto y la inclusión de los valores propios de la comunidad a la hora de diseñar el producto turístico sin implantar estereotipos. Y la inclusión también entendida como acceso por parte de la comunidad local a la actividad turística, digamos, garantizar que sean partícipes del turismo y que tengan las oportunidades, sin distinción de género ni de barreras que limitan a las personas con capacidades diferentes.

### **3. Según usted, ¿qué rol podría cumplir el turismo en relación al proceso de integración regional del MERCOSUR?**

Bueno, la integración del Mercosur es un proceso complejo, que se ha venido dando y no dando a lo largo el proceso histórico desde su fundación hasta la fecha. Siendo el factor político, digamos en principal medida, lo que fue determinando los periodos de evolución o de retroceso del bloque.

Pero siendo la integración el leitmotiv de la constitución del Mercosur, toda actividad que desarrollen de manera conjunta los países que lo forman, contribuye a la integración, es decir que la actividad turística sin duda es un gran factor de contribución a los objetivos de integración del bloque.

Pero, como decía al principio, los avatares (fundamentalmente políticos) que han transcurrido en los países en los distintos momentos históricos, han sido determinantes de las relaciones interbloque, y sobre todo de las económicas. En el caso del turismo, esa falta de continuidad y de normativas claras, hicieron que como otras actividades económicas, el turismo no se pudiera desarrollar en todo su potencial dentro del Mercosur. El turismo requiere de estabilidad y de reglas claras por parte de los Estados y las comunas dónde debe desarrollarse, y luego en ese marco, requiere además de la predisposición y las conductas de toda la cadena de participación involucrada: la población local, las autoridades, el sector profesional y académico, el empresario, el visitante.

Actualmente, desde mi punto de vista, el turismo no contribuye de un modo determinante ni a la integración ni al desarrollo económico y social, cómo podría hacerlo de no ser por todas estas deficiencias. Entonces si uno ve las iniciativas de turismo que han existido en el bloque a lo largo de la historia, ve que la actividad turística queda reducida a escasas manifestaciones con mayor o menor grado de éxito, de las cuales se benefician unos pocos.

### **4. ¿Según su postura qué obstáculos cree que posee el MERCOSUR en materia de turismo?**

Bueno, en concordancia con lo que veníamos hablando anteriormente, el principal obstáculo que posee el Mercosur en materia de integración es la falta de estabilidad política.

El turismo es una actividad que requiere de estabilidad. El Mercosur es un sistema de integración de los Estados en donde claramente, los avatares y vaivenes políticos han ido determinando, en sentido general y no solo en lo referente al turismo, sino en todos sus ámbitos, a los avances o retrocesos del proceso de integración regional.

El Mercosur, hoy por hoy, es una cuestión más bien enunciativa, y el turismo es parte de eso. Es que no hay reglas claras, y al no haberlas, no hay posibilidad de fijar objetivos comunes que tengan una proyección en el largo plazo.

### **5. ¿Cuál considera que es la temática utilizada en el Circuito Turístico Integrado Misiones Jesuíticas Guaraníes? ¿Cree que dicha temática es representativa del MERCOSUR?**

Bueno el tema de las misiones jesuíticas guaraníes... la verdad es que me parece una temática más que pertinente, porque hace a la identidad de la región.

Las comunidades guaraníes poblaron desde el centro de Brasil, pasando por Paraguay, hasta la región Litoral de Argentina; y en aquel entonces no existían las fronteras. Es decir, que esta identidad traspasa fronteras. Era parte de un mismo territorio.

Entonces en ese sentido me parece muy certera la temática para lo que es el desarrollo del turismo... o el desarrollo de un circuito turístico temático en esta área, porque da la oportunidad de volver a unir aquello que la historia rompió.

**6. ¿De qué manera cree usted que un circuito turístico temático podría favorecer a la integración regional?**

Yo creo que todos los aspectos que hacen en general a la integración regional, contribuyen... o tienen su impacto en la integración regional en lo referente al turismo. No es que hay una característica específica del turismo que promueva una mejor o peor integración, al contrario, creo que el turismo es consecuencia de eso.

Este circuito en particular, está basado más bien en lo cultural. Tiene elementos de naturaleza en los que se apoya, pero que le dan el marco a la verdadera experiencia de los que son los protagonistas de este circuito. Quienes le dan sentido a este circuito temático en este caso son los individuos. Con lo cual, como bien decía antes, en lo referente al rescate de esta identidad regional, creo que lo más rico que tiene el turismo, llevado a cabo a través de un circuito temático, es que borra fronteras.

Se desconocen estas fronteras, con lo cual contribuye a fomentar lazos entre los turistas y los residentes locales.

**7. ¿Cree que hay algo más para agregar?**

Bueno se me ocurre como ejemplo mencionar que hasta el año 2010, se festejó el Día de la Raza. Recién en el 2010 lo cambiaron por el Día de la Diversidad Cultural.

En ese sentido, teniendo en cuenta todo lo anteriormente hablado, acerca del turismo como favorecedor del fortalecimiento de una identidad regional, creo que esa identidad que se conoce... o que se identifica como común, debe partir del reconocimiento de las diversidades culturales.

Se reconoce al turismo como motorizador de las economías regionales, como generador de empleo, etc. Pero más importante que este aspecto económico del turismo, es lo que significa a nivel simbólico: el rescate de la diversidad.

Porque para reconocerse iguales hay que aceptarnos diversos.

Y creo que en este sentido el circuito basado en esta temática de las Misiones Guaraníes afirma esta valoración. Porque contribuye a fortalecer la diversidad desde la inclusión, y da la oportunidad al turismo de enfocarse en lo vivencial, y en la creación de experiencias en función de esta temática.