

COVID - 19 y Turismo. Una relación compleja y ¿oportuna?

El caso de la pandemia del Coronavirus (COVID-19) nos está mostrando una nueva faceta de los riesgos asociados a la construcción de una sociedad global. Estamos en presencia de la **primera gran crisis sanitaria de esta nueva etapa del mundo**, con un impacto inmensurable en todos los niveles, que compara sus efectos sociales y económicos a los de una guerra mundial. Al día de hoy, los afectados ya han superado largamente el millón de casos en casi 200 países y los muertos se cuentan por decenas de miles.

Más allá de su origen específico y localización geográfica, **los conflictos tienen cada vez más una dimensión global que trasciende las fronteras a una velocidad nunca antes vista**. En tal sentido, resulta insoslayable señalar que este proceso de interrelación e interdependencia entre los distintos países y homogeneización de hábitos de consumo se da en un **marco de relaciones asimétricas**, donde prima la posición dominante en detrimento de las dominadas.

El turismo, sector productivo que ha sido partícipe necesario y beneficiario directo del fenómeno de “aldea global” reinante hasta hace apenas semanas, se enfrenta a una **crisis de tamaños impensados** frente a esta pandemia. Sin embargo, quisiéramos permitirnos un momento para reflexionar acerca de una pregunta que subyace, nos interpela y obliga a la introspección:

¿Fueron los turistas quienes expandieron el Coronavirus (COVID-19) por el mundo?

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turista como toda persona que viaja fuera de su lugar de residencia por un período mayor a un día, independientemente de los motivos. Analizando las fechas, podemos evidenciar que la época del año en la que se propagó la enfermedad coincide con el Año Nuevo chino, momento en el que literalmente cientos de millones de chinos viajan a visitar a su familia en el resto del mundo. Siguiendo con la definición dictada por la máxima

autoridad en materia turística a nivel global, **es posible entonces inferir que la propagación del virus se vio motorizada por el desplazamiento de turistas.**

Una vez analizado esto, surge un segundo interrogante: **¿Podría el turismo haber previsto esta catástrofe?** Esta pregunta compleja, nos tienta a una respuesta más bien sencilla: posiblemente no, como tampoco lo previno la ciencia. Sin embargo, no cabe duda que el sector turístico es uno de los más afectados en el marco de esta pandemia. **La notable paradoja de victimario y víctima**, con la consecuente pérdida de cientos de miles de puestos de trabajo en hoteles, agencias de viajes, restaurants, locales comerciales y la imposibilidad de ingreso para los emprendimientos particulares, con la gravedad que supone la poca capacidad de autonomía financiera que tienen las pequeñas y medianas organizaciones, matriz base del sector en Argentina.

Durante años, la actividad turística tuvo como **paradigma el crecimiento indefectible**, alimentado a su vez por el hecho insoslayable de erigirse como un importante motor de desarrollo económico y que cuenta con la capacidad de generar divisas para los países, redistribuyendo el ingreso dentro del territorio nacional y dinamizando las economías regionales. En los últimos diez años, la llegada de turistas internacionales creció casi un 70% a nivel mundial, lo cual demostraba una actividad pujante y vigorosa, que justifica un importante porcentaje del PBI del planeta. El estilo de vida orientado al consumo propio de nuestras sociedades capitalistas, justificaban este crecimiento sostenido y nos hacía creer que la **actividad turística “no tenía techo”**. Producto de la pandemia, hemos verificado su inexistencia, dado que todos nos hemos mojado en la tormenta.

En el ámbito local, las medidas adoptadas por el Estado Nacional, con su corolario en el Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (la famosa “cuarentena obligatoria”), supone enormes impactos en la economía en pos del cuidado de los ciudadanos y ciudadanas, con el objeto de **“aplanar la curva”** de crecimiento de

infectados y que el sistema argentino de salud pueda dar respuesta en tiempo y forma a los contagiados.

En este marco, prima en el sector el debate acerca de la manera en que se saldrá de esta crisis monumental. Por tanto, resulta importante pensar esta etapa como motor para identificar mejoras y **trabajar en conjunto con el sistema sanitario para proveer confianza al turista que desee volver a viajar una vez superado el mayor trance de esta pandemia**. El visitante deseará y exigirá las condiciones máximas de salubridad para poder llevar a cabo su viaje de la mejor forma posible, minimizando los riesgos al contagio. **Aquí es donde se abre una posibilidad para nuestro país de posicionarse como destino seguro** para los turistas internos, en primera instancia, y paulatinamente los viajeros internacionales que vuelvan a optar por hacer turismo, en tanto y en cuanto la normativa de frontera así lo permita. Por tanto, los esfuerzos invertidos en este tiempo en pos de evitar un colapso sanitario, redundarán en beneficios a mediano plazo para cuando la actividad recobre vigor.

Esta situación de crisis nos debe llamar a la **reflexión crítica respecto del funcionamiento de la actividad turística** a nivel mundial pero, de forma particular, en el contexto nacional. Esa deliberación consideramos que debe enfocarse, por un lado, en las vías para salir de la situación de emergencia en la que nos encontramos aunque, por otro lado, también en la puesta en funcionamiento del sistema turístico bajo **una lógica alternativa** a la que se ha desarrollado hasta la actualidad.

Durante años hemos teorizado sobre el concepto de turismo sostenible. Esta circunstancia histórica nos indica que este **es el momento para ponerlo en práctica**, centrándonos en las **demandas irresueltas** que el sector aún tiene: maravillas naturales disfrutadas por viajeros, pero no así por comunidades locales sumergidas en la pobreza y exclusión; empleos precarizados y mal pagos, sin ningún tipo de seguridad social o estabilidad; superpoblación de estudiantes de turismo en las aulas de universidades e institutos terciarios y déficit de profesionales

en empleos de jerarquía del sector; mercantilización de la cultura local para ser comercializado como parte de un producto turístico establecido por intereses ajenos a esas comunidades; brecha salarial y “techo de cristal” por cuestiones de género, entre otros tantos casos de asimetrías y prácticas injustas que el sector ha tolerado y del cual ha sido parte responsable.

La hospitalidad es una virtud propia del ser humano en todas sus culturas, a lo largo de diferentes épocas, que explicaba al turismo tal como lo conocíamos hasta hoy. Si su mercantilización se produjo hace menos de doscientos años pero existe desde hace miles, resulta oportuno en estas circunstancias detenerse a pensar cuál fue su fin primero y así garantizar su sostenibilidad en el tiempo.

Esta pandemia nos obliga, indefectiblemente, a repensar nuestra actividad y la manera en que la llevamos a cabo, para que ese dicho tan mentado de que “en toda crisis hay una oportunidad” tenga, esta vez, un correlato en la realidad efectiva. Por tanto, convocamos a un llamado a la acción por parte de todo el sector para que esta crisis nos permita lograr un turismo verdaderamente sostenible, resiliente y que genere beneficios para toda su cadena de valor, con especial énfasis en los trabajadores y trabajadoras y las comunidades locales.

Si lo logramos, podremos entonces decir que este virus nos ha permitido salir de nuestro individualismo y ser profesionales más comprometidos con nuestra realidad. **A fin de cuentas, cuando todo esto pase, esa debiera ser la valiosa lección aprendida.**

Usina Turística

Buenos Aires, Argentina - abril 2020

Contacto: usinaturistica@gmail.com