

¿HAY TURISMO DESPUÉS DEL COVID-19! UNA CRISIS PARA LA REFLEXIÓN Y EL CAMBIO

**THERE IS TOURISM AFTER COVID-19! A CRISIS FOR REFLECTION AND
CHANGE**

**IL Y A DU TOURISME APRÈS COVID-19! UNE CRISE DE RÉFLEXION ET DE
CHANGEMENT**

**EXISTE TURISMO DEPOIS DO COVID-19! UMA CRISE PARA REFLEXÃO E
MUDANÇA**

Alba María Martínez-Sala¹

Universidad de Alicante (España)

Recibido: 9 de junio de 2020 / Aceptado: 7 de julio de 2020

RESUMEN

Se aborda el COVID-19 como una oportunidad para reconstruir la industria turística, desde una visión más alineada con los grandes desafíos de la humanidad: ambientales, sociales y tecnológicos. Mientras la preocupación principal en esta industria era la sostenibilidad de los destinos, esta pandemia ha evidenciado su fragilidad ante amenazas derivadas de la salud y la seguridad. Ambas cuestiones son, ahora, clave en el proceso iniciado de conversión de los destinos en destinos inteligentes dadas las ventajas de las tecnologías respecto de la sostenibilidad, la accesibilidad, y, también, de la salud pública y la seguridad. Se espera que la resiliencia de esta industria se vuelva a poner de manifiesto, pero urge una transformación. Esta crisis debe aprovecharse para realizar cambios estructurales en la actividad turística hacia un modelo basado en una relación integradora y de respeto entre turista y territorio. Lo sorprendente es que el modelo resultante de los imperativos de salud y seguridad consustanciales al COVID-19, garantizan también un turismo sostenible. A partir de estas

¹ Doctora por la Universidad Miguel Hernández: Bellas Artes (Arte y diseño gráfico) y Premio Extraordinario de Doctorado de la Universidad Miguel Hernández (2015-2016). Licenciada en Ciencias de la Información, Publicidad y Relaciones Públicas (Universidad Complutense de Madrid). Es profesora Ayudante Doctora del departamento de Comunicación y Psicología Social de la universidad de Alicante. Correo electrónico: albamaria.martinez@ua.es

reflexiones, se contribuye a la creación de un corpus que desvele y permita aprovechar las oportunidades inherentes a los puntos de inflexión, como es el caso del COVID-19.

Palabras clave: adaptación al cambio climático, digitalización, epidemia, recesión económica, turismo.

ABSTRACT

COVID-19 is addressed as an opportunity to rebuild the tourism industry from a vision more aligned with the great challenges of humanity: environmental, social and technological. While the main concern in this industry was the sustainability of destinations, this pandemic has shown its fragility in the face of threats derived from health and safety. Both issues are now key in the process of converting destinations into smart destinations, given the advantages of technologies with respect to sustainability, accessibility, and also public health and safety. The resilience of this industry is expected to show again, but a transformation is urgent. This crisis should be exploited to make structural changes in tourism activity towards a model based on an inclusive and respectful relationship between tourist and territory. What is surprising is that the model resulting from the inherent health and safety imperatives of COVID-19 also guarantee sustainable tourism. From these reflections, we contribute to the creation of a corpus that reveals and allows us to take advantage of the opportunities inherent in turning points, such as the case of COVID-19.

Keywords: climate change adaptation, digitization, epidemics, economic recession, tourism.

RÉSUMÉ

COVID-19 est considéré comme une opportunité de reconstruire l'industrie du tourisme à partir d'une vision plus alignée avec les grands défis de l'humanité: environnementaux, sociaux et technologiques. Alors que la principale préoccupation de cette industrie était la durabilité des destinations, cette pandémie a montré sa fragilité face aux menaces liées à la santé et à la sécurité. Ces deux questions sont désormais essentielles dans le processus de conversion des destinations en destinations intelligentes, compte tenu des avantages des technologies en termes de durabilité, d'accessibilité, ainsi que de santé et de sécurité publiques. La résilience de cette industrie devrait se montrer à nouveau, mais une transformation est urgente. Cette crise doit être exploitée pour opérer des changements

structurels de l'activité touristique vers un modèle basé sur une relation inclusive et respectueuse entre touriste et territoire. Ce qui est surprenant, c'est que le modèle résultant des impératifs inhérents de santé et de sécurité de COVID-19 garantit également un tourisme durable. A partir de ces réflexions, nous contribuons à la création d'un corpus qui révèle et nous permet de profiter des opportunités inhérentes aux tournants, comme le cas de COVID-19.

Mots clés: adaptation au changement climatique, numérisation, épidémie, récession économique, tourisme.

RESUMO

O COVID-19 é considerado uma oportunidade para reconstruir a indústria do turismo a partir de uma visão mais alinhada aos grandes desafios da humanidade: ambiental, social e tecnológico. Embora a principal preocupação nesse setor tenha sido a sustentabilidade dos destinos, essa pandemia mostrou sua fragilidade diante das ameaças derivadas da saúde e segurança. Agora, ambas as questões são fundamentais no processo de conversão de destinos em destinos inteligentes, dadas as vantagens das tecnologias em relação à sustentabilidade, acessibilidade e também à saúde e segurança pública. Espera-se que a resiliência desse setor mostre novamente, mas uma transformação é urgente. Essa crise deve ser explorada para fazer mudanças estruturais na atividade turística em direção a um modelo baseado em uma relação inclusiva e respeitosa entre turista e território. O que é surpreendente é que o modelo resultante dos imperativos inerentes à saúde e segurança do COVID-19 também garanta um turismo sustentável. A partir dessas reflexões, contribuimos para a criação de um corpus que revele e permita tirar proveito das oportunidades inerentes aos pontos de virada, como é o caso do COVID-19.

Palavras-chave: adaptação às mudanças climáticas, digitalização, epidemia, recessão econômica, turismo.

INTRODUCCIÓN

Mientras crecía la preocupación por los efectos del turismo masivo en la sostenibilidad de los destinos, se investigaba y se trabajaba en fórmulas que permitieran minimizarlos (Kunasekaran *et al.*, 2017; Pompurová *et al.*, 2018); ha llegado una crisis global: el COVID-19, que ha detenido durante meses el planeta, incluida la actividad turística (Higgins-Desbiolles, 2020). Esta ha sido puesta en cuarentena para limitar la propagación de este virus. Los gobiernos del mundo, incluido el de España, han cerrado fronteras y prohibido los viajes tratando de evitar el colapso de los sistemas sanitarios y el crecimiento imparables de muertes por COVID-19 (Higgins-Desbiolles, 2020; Menchero Sánchez, 2020).

En España, las medidas adoptadas han tenido un efecto positivo en la propagación de la enfermedad (Fernández Riquelme, 2020; Instituto de Salud Carlos III, 2020) y en el medioambiente (BBC, 2020; Fernández Riquelme, 2020; Higgins-Desbiolles, 2020; Martín Arribas, 2020). En este sentido, se observa cómo la paralización del sector turístico ha beneficiado la sostenibilidad de los destinos (Higgins-Desbiolles, 2020). Pero, no solo se han erradicado los efectos de la globalización y democratización de este sector (Moscardo & Murphy, 2014; Saarinen, 2014) respecto de la preservación de los destinos, también sus beneficios socioeconómicos (Instituto Nacional de Estadística [INE], 2020; Ministerio de Industria, Comercio y Turismo [Mincotur], 2020).

Los datos expuestos, aunque esperanzadores desde el punto de vista de la salud y de la sostenibilidad, son desalentadores para un país en el que el turismo es un sector estratégico (Martínez-Sala, 2018; Martínez-Sala, Monserrat-Gauchi, & Alemany Martínez, 2020; Ramos-Soler, Martínez-Sala, & Campillo-Alhama, 2019) que aporta el 12,3 % del PIB y el 12,7 % del empleo (Mincotur, 2020).

Su recuperación es, por lo tanto, una necesidad que debe abordarse con cautela para que, una vez controlada la crisis sanitaria, la sostenibilidad vuelva a ser considerada como uno de los factores clave respecto de su desarrollo. El gran reto de la sostenibilidad de los destinos reside en el logro de un equilibrio de sus tres dimensiones: social, medioambiental y económica (Kunasekaran *et al.*, 2017; Pulido Fernández & López Sánchez, 2013), y la moratoria concedida por esta pandemia debe servir para transformar finalmente el modelo turístico bajo

la premisa de un crecimiento sostenible y responsable (Higgins-Desbiolles, 2020; United Nations World Tourism Organization [UNWTO], 2020).

El COVID-19 debe convertirse en el detonante de una serie de cambios sustanciales a los que ha estado resistiéndose el sector turístico pese a las críticas generalizadas (Higgins-Desbiolles, 2008; Ramírez-Vázquez & De la Cruz-Dávila, 2020), debido, en parte, a una concepción errónea de la dimensión económica de la sostenibilidad de los destinos. Esta debe perseguir su cuidado y preservación, pero también, garantizar los recursos económicos necesarios para ello (Kunasekaran *et al.*, 2017; Pulido Fernández & López Sánchez, 2013).

Sostenibilidad de los destinos turísticos

En el contexto académico y profesional, la sostenibilidad provoca posturas enfrentadas (Pompurová *et al.*, 2018). La necesidad y conveniencia de una comercialización de productos y servicios turísticos de calidad que preserve el entorno, es un reto (Kunasekaran *et al.*, 2017) al que se han estado enfrentando las organizaciones de *marketing* de destinos, frente a los beneficios inmediatos de una comercialización masiva (Getz, 2008; Martínez-Sala, 2018). A este respecto, estaban cobrando especial relevancia las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) por su capacidad para mejorar las experiencias de los turistas (Strielkowski, Riganti & Wang, 2012) al tiempo que servían para el cuidado y preservación de los bienes naturales y materiales (Kim & Kim, 2017; UNESCO, 2012) que conforman el principal atractivo de los destinos.

La acuciante recuperación económica a la que se enfrentan los destinos turísticos, y los países en general, plantea dudas e inquietudes respecto de los avances realizados en torno a la sostenibilidad, en gran medida, gracias a las TIC (Corallo *et al.*, 2018; Gómez *et al.*, 2017). Y, sin embargo, es precisamente en este ámbito donde se vislumbra un futuro prometedor y esperanzador respecto del desarrollo del turismo y de la economía en general, al tiempo que se vela por el planeta (De la Puente, 2020; Könnölä, 2020).

Bajo esta premisa, se están reforzando las actuaciones dentro del marco de referencia creado para consolidar la competitividad del modelo turístico español mediante la conversión de los

destinos en destinos inteligentes (Comisión Ejecutiva de la Red DTI, 2020). La diferencia respecto de las actuaciones anteriores, es que, tras el COVID-19, no solo se deben garantizar la sostenibilidad y la accesibilidad, también la seguridad y la salud, por lo que el concepto destino inteligente debe plantearse con una nueva dimensión ligada a estos aspectos. En cualquier caso, esta pandemia no debe ser un freno a la revolución tecnológica iniciada en el sector turístico que empezaba a mostrar efectos de transformación como consecuencia de la integración de la inteligencia artificial, robótica, realidad aumentada, realidad virtual, internet de las cosas, etc., sino que se espera que la crisis acelere el proceso de digitalización iniciado.

Los efectos del COVID-19, los negativos (Higgins-Desbiolles, 2020; INE, 2020; Mincotur, 2020) y los positivos (BBC, 2020; Fernández Riquelme, 2020; Higgins-Desbiolles, 2020; Instituto de Salud Carlos III, 2020; Martín Arribas, 2020), deben valer como punto de inflexión en la atención al desarrollo del individuo, a los logros alcanzados en los distintos ámbitos que definen la sociedad actual, incluido el tecnológico y, a sus consecuencias si no se crea el marco de aplicación adecuado que permita una explotación constructiva a corto, medio y largo plazo. Esto implica superar la conceptualización *green* TIC, empleada para referirse al conjunto de soluciones de TIC optimizadas desde el punto de vista del de la preservación de los recursos naturales y materiales (Könnölä, 2020) en favor de un enfoque más amplio que abarque la mencionada dimensión relativa a la seguridad y la salud, pero también la económica.

Se trata de aprovechar el COVID-19 para mostrar a los gobiernos mundiales, que el potencial de las TIC para realizar el salto definitivo a tendencias como la economía circular (Pearce & Turner, 1990) o la economía creativa (Howkins, 2014), no es una opción sino una obligación. La digitalización debe contemplarse como un fenómeno que ayuda a reducir el impacto contaminante de la actividad humana en el medioambiente, pero sobre todo como el contexto y marco necesario para realizar un auténtico cambio de era.

En el contexto descrito, se plantea esta investigación de carácter reflexivo acerca de los efectos del COVID-19 en el sector turístico español, en especial, en lo concerniente a la sostenibilidad de los destinos y al papel que puede desempeñar la digitalización en el proceso

de recuperación de este sector, garantizando la sostenibilidad desde su cuádruple dimensión: social, medioambiental y económica (Kunasekaran *et al.*, 2017; Pulido Fernández & López Sánchez, 2013) y, de seguridad y salud.

CONCLUSIONES

El turismo global ha demostrado ser frágil y poco confiable, pero también con una gran capacidad de resiliencia (Higgins-Desbiolles, 2020). El historial de crisis económicas y sanitarias acaecidas (crisis financiera, volcán islandés, etc.) y el correspondiente tiempo promedio para recuperarse, en constante descenso, así lo constatan (Menchero Sánchez, 2020). No obstante, la cuestión no reside en reconstruir imitando lo anterior, sino en aprovechar estas moratorias para reflexionar sobre lo aprendido y sentar unos sólidos cimientos sobre los que construir un nuevo sector con garantías a medio-largo plazo frente a soluciones cortoplacistas.

Efectivamente, contamos con el escenario perfecto para que se produzca una transición importante en el sector si se evita la implementación de medidas fáciles y rápidas, atractivas porque evitan el desempleo y cierre de empresas masivo a corto plazo, pero que, por su urgencia, pueden sacrificar lo avanzado en materia de sostenibilidad. Se considera prematuro realizar previsiones de los efectos en el turismo de una crisis que aún está en desarrollo. Lo cierto es que todavía hay un elevado grado de incertidumbre que es, sin duda, el peor enemigo en el planteamiento posibles escenarios, pero también, el principal motivo para hacerlo. Este pre-diagnóstico es una etapa clave en el desarrollo del proceso estratégico (Pérez González, 2008). Por ello, estos ejercicios de reflexión son imprescindibles a la espera de situaciones prósperas en las que implementar las estrategias resultantes hacia sociedades más resilientes y con mayor capacidad para afrontar futuras crisis que, sin duda, están por llegar (Zaar & Ávila, 2020).

Para ello, se ha descrito desde un punto de vista crítico el impacto, hasta el momento, del COVID-19 en el turismo y en la sostenibilidad de los destinos turísticos, y los ejes sobre los que se considera que debe plantearse la recuperación de este sector salvaguardando los

efectos positivos de esta pandemia desde el punto de vista del cuidado y preservación de los recursos naturales y materiales, al tiempo que el potencial de dicho sector como motor de desarrollo económico y social (Getz, 2008; Martínez-Sala, 2018).

A la espera de que los gobiernos acuerden las directrices de una nueva etapa en la industria turística que supere la de la globalización, los académicos y profesionales del sector; debemos realizar los esfuerzos necesarios para que esta se caracterice por un consumo responsable que minimice la presión que se viene ejerciendo sobre el planeta. En esta coyuntura, parece ineludible poner fin al turismo de masas por sus nefastas consecuencias (Zaar & Ávila, 2020) en favor de un turismo e-social, en el sentido más amplio de la palabra, que potencie los efectos positivos de esta actividad salvaguardando los derechos de los ciudadanos de los destinos, así como los de los futuros turistas.

Se requiere, en este sentido, una reconfiguración cualitativa y cuantitativa del sector, así como un cambio cualitativo de la demanda turística. Para ello, es necesaria una mayor retroalimentación entre el sector y la ciencia, y abordar los retos de la actividad turística con inteligencia y tiempo para la reflexión. De ahí el interés de este tipo de estudios sobre las posibles direcciones que puede adoptar la reorientación del turismo respetando los límites sociales y ecológicos. El turismo ha sido una fuente de riqueza para numerosos destinos, pero, también de injusticias sociales y de perjuicios medioambientales (Higgins-Desbiolles, 2020). La nueva era propiciada por el desarrollo tecnológico y el COVID-19 debe conformar el marco para un sector turístico que garantice un desarrollo económico y social sostenible. Los esfuerzos gubernamentales y sociales en este sentido, son cruciales en este momento en el que el cambio es más posible que nunca gracias a la interrupción que ha provocado la pandemia (Higgins-Desbiolles, 2020). La crisis debe utilizarse como una oportunidad hacia un turismo más democrático y social, gracias a la digitalización, pero el concepto democratización del turismo debe abordarse desde un enfoque realmente social. No se trata de un turismo accesible a todos a cualquier precio, sino de un turismo accesible que garantice un futuro para todos. Es tiempo para la reflexión y para culminar el empoderamiento del individuo atribuyéndole mayor capacidad de resistencia social, económica y política (Zaar & Ávila, 2020).

REFERENCIAS

- BBC. (2020, 28 de febrero). Coronavirus: los inesperados beneficios de la epidemia de covid-19 para el medioambiente. *BBC News*. <https://bbc.in/3f8Rj1w>
- Comisión ejecutiva de la Red DTI. (2020, 20 de mayo). *Reyes Maroto: "Los destinos turísticos inteligentes serán clave para el relanzamiento del turismo en nuestro país"* [Nota de prensa]. <https://bit.ly/2XO5VNX>
- Corallo, A., Trono, A., Fortunato, L., Pettinato, F., & Schina, L. (2018). Cultural event management and urban e-planning through bottom-up user participation. *International Journal of E-Planning Research*, 7(1), 15-33. <https://doi.org/10.4018/IJEPR.2018010102>
- De la Puente, P. (2020). La prosperidad del planeta y de las personas. Inteligencia artificial para conseguir los ODS. *Telos*, 113, 68-75.
- Fernández Riquelme, S. (2020). Primera Historia de la crisis del Coronavirus en España. *La Razón Histórica. Revista hispanoamericana de Historia de las Ideas*, (46), 12-22.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Journal Tourism Management*, 29(3), 403-428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Gómez Oliva, A., Server Gómez, M., Jara, A. J., & Parra-Meroño, M. C. (2017). Turismo inteligente y patrimonio cultural: Un sector a explorar en el desarrollo de las smart cities. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(1), 389-411.
- Higgins-Desbiolles, F. (2008). Justice tourism and alternative globalisation. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3), 345-364. <https://doi.org/10.1080/09669580802154132>
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3). <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757748>
- Howkins, J. (2014). *El motor de la creatividad en la economía creativa: entrevista a John Howkins*. <https://bit.ly/2AhcFe8>
- Instituto de Salud Carlos III. (2020). Informes COVID-19. *isc, Instituto de Salud Carlos III*. <https://bit.ly/2MJYil3>
- Instituto Nacional de Estadística (2020, 6 de mayo). *Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR). Marzo 2020* [Nota de prensa]. <https://bit.ly/2BINUrv>

- Kim, D., & Kim, S. (2017). The role of mobile technology in tourism: Patents, articles, news, and mobile tour app reviews. *Sustainability*, 9(12), 1-45. <https://doi.org/10.3390/su9112082>
- Könnölä, T. (2020). El papel de la digitalización. Hacia la economía circular inteligente. *Telos*, 113, 52-59.
- Kunasekaran, P., Gill, S. S., Ramachandran, S., Shuib, A., Baum, T., y Herman Mohammad Afandi, S. (2017). Measuring sustainable indigenous tourism indicators: A case of Mah Meri ethnic group in Carey Island, Malaysia. *Sustainability*, 9(7), 1-20. <https://doi.org/10.3390/su9071256>
- Martín Arribas, L. (2020, 1 de abril). Los (inesperados) beneficios del coronavirus para el medio ambiente. *Compromiso empresarial*. <https://bit.ly/3hbqR9h>
- Martínez-Sala, A. M. (2018). *Marketing 2.0* aplicado al sector turístico: la función comercial de los sitios webs de las organizaciones de *marketing* de destinos. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 143, 1-23. <https://doi.org/10.15178/va.2018.143.01-23>
- Martínez-Sala, A.M., Monserrat-Gauchi, J., & Alemany Martínez, D. (2020). User Usable Experience: A three-dimensional approach on usability in tourism websites and a model for its evaluation. *Tourism Management Perspectives*, 33, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100579>
- Menchero Sánchez, M. (2020). Flujos turísticos, geopolítica y COVID-19: cuando los turistas internacionales son vectores de transmisión. *Geopolítica(s) Revista de estudios sobre espacio y poder*, 11, 105-114. <https://dx.doi.org/10.5209/geop.69249>
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2020). Actualidad COVID-19. *El Ministerio*. <https://bit.ly/2MJ4cmM>
- Moscardo, G., & Murphy, L. (2014). There is no such thing as sustainable tourism: Reconceptualizing tourism as a tool for sustainability. *Sustainability*, 6(5), 2538-2561. <https://dx.doi.org/10.3390/su6052538>
- Pearce, D.W., & Turner, R.K. (1990). *Economics of Natural Resources and the Environment*. Harvester Wheatsheaf.
- Pérez-González, R.A. (2008). *Estrategias de comunicación*. Ariel Comunicación.

- Pompurová, K., Marčeková, R., Šebová, Ľ, Sokolová, J., y Žofaj, M. (2018). Volunteer tourism as a sustainable form of Tourism—The case of organized events. *Sustainability*, *10*(5), 1-12. <https://doi.org/10.3390/su10051468>
- Pulido Fernández, J. I.& López Sánchez, Y. (2013). Propuesta de contenidos para una política turística sostenible en España. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, *11*, 525-546.
- Ramírez-Vázquez, E. & De la Cruz-Dávila, J. (2020). Turismofobia: un análisis social desde los medios de comunicación. *Boletín Científico INVESTIGIUM de la Escuela Superior de Tizayuca*, *10*, 33-37.
- Ramos-Soler, I., Martínez-Sala, A.M., & Campillo Alhama C. (2019). ICT and the Sustainability of World Heritage Sites. Analysis of Senior Citizens' Use of Tourism Apps. *Sustainability*, *11*(11), 1-17. <https://doi.org/10.3390/su11113203>
- Saarinen, J. (2014). Critical sustainability: Setting the limits to growth and responsibility in tourism. *Sustainability*, *6*(1), 1-17. <https://dx.doi.org/10.3390/su6010001>
- Strielkowski, W., Riganti, P., & Wang, J. (2012). Tourism, cultural heritage and e-services: Using focus groups to assess consumer preferences. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, *7*(1), 41-59.
- UNESCO. (2012). *UNESCO/UBC VANCOUVER DECLARATION. The memory of the world in the digital age: Digitization and preservation*. <https://bit.ly/3h5HByy>
- United Nations World Tourism Organization (2020). *Supporting jobs and economies through travel and tourism*. <https://go.aws/3eZwG7E>
- Zaar, M. H., & Ávila, M. B. G. (2020). El Covid-19 en España y sus primeras consecuencias. *Espaço e Economia. Revista brasileira de geografia econômica*. <https://bit.ly/3fbQDbH>