

EL RIESGO Y EL TURISMO. HERRAMIENTAS PARA TRANSFORMAR LA CRISIS EN OPORTUNIDADES

RISK AND TOURISM. TOOLS TO TRANSFORM THE CRISIS INTO OPPORTUNITIES

RISQUE ET TOURISME. OUTILS POUR TRANSFORMER LA CRISE EN OPPORTUNITÉS

RISCO E TURISMO. FERRAMENTAS PARA TRANSFORMAR A CRISE NAS OPORTUNIDADES

Mara R. Galmarini¹, Luis E. Blacha²

Universidad Nacional de Quilmes (Argentina)

Recibido: 13 de junio de 2020 / Aceptado: 29 de junio de 2020

RESUMEN

El riesgo tiene un origen social y es una herramienta analítica muy importante para abordar la sociedad en el siglo XXI. La coyuntura que se abre con la pandemia del COVID-19, otorga un lugar de gran importancia a este concepto dentro de las herramientas que ponen a disposición las Ciencias Sociales para analizar una situación inédita en la Modernidad. A diferencia de las catástrofes, en el riesgo hay una apropiación social del tiempo y el espacio, porque es posible el cálculo que permite la prevención, la atenuación y la modificación de las acciones que incrementan los resultados peligrosos. En la presente reflexión, se abordará la relación del riesgo y el turismo, y su incidencia para transformar la crisis en una oportunidad.

Palabras clave: COVID-19, turismo, riesgo, crisis, pandemia.

¹ Magíster en Desarrollo y Gestión del Turismo (UNQ). Docente UNQ. Correo: mgalmarini@unq.edu.ar

² Doctor en Ciencias Sociales (FSOC/UBA) Docente-investigador UNQ. Investigador CONICET. Correo: luisblacha@gmail.com

ABSTRACT

Risk has a social origin and is a very important analytical tool to tackle society in the 21st century. The conjuncture that begins with the COVID-19 pandemic gives a very important place to this concept within the tools that the Social Sciences make available to analyze an unprecedented situation in Modernity. Unlike catastrophes, at risk there is a social appropriation of time and space because calculation is possible that allows prevention, mitigation and modification of actions that increase dangerous results. In this reflection, the relationship between risk and tourism and its incidence will be addressed to transform the crisis into an opportunity.

Keywords: COVID-19, tourism, risk, crisis, pandemic.

RÉSUMÉ

Le risque a une origine sociale et est un outil analytique très important pour aborder la société au 21e siècle. La conjoncture qui s'ouvre avec la pandémie de COVID-19 donne une place très importante à ce concept dans les outils que les Sciences Sociales mettent à disposition pour analyser une situation sans précédent dans la Modernité. Contrairement aux catastrophes, à risque il y a une appropriation sociale du temps et de l'espace car le calcul est possible qui permet la prévention, l'atténuation et la modification des actions qui augmentent les résultats dangereux. Cette réflexion portera sur la relation entre le risque et le tourisme et son incidence pour transformer la crise en opportunité.

Mots-clés: COVID-19, tourisme, risque, crise, pandémie.

RESUMO

O risco tem uma origem social e é uma ferramenta analítica muito importante para combater a sociedade no século XXI. A conjuntura que se abre com a pandemia do COVID-19 dá um lugar muito importante a esse conceito dentro das ferramentas que as Ciências Sociais disponibilizam para analisar uma situação sem precedentes na Modernidade. Diferentemente das catástrofes, existe risco de apropriação social do tempo e do espaço, pois é possível o cálculo que permite a prevenção, a mitigação e a modificação de ações que aumentam

resultados perigosos. Essa reflexão abordará a relação entre risco e turismo e sua incidência para transformar a crise em uma oportunidade.

Palavras-chave: COVID-19, turismo, risco, crise, pandemia.

INTRODUCCIÓN

El riesgo tiene un aparente rasgo democratizador, porque iguala a todos los individuos como víctimas potenciales, pero al mismo tiempo incrementa las desigualdades preexistentes. Las herramientas que los distintos individuos ponen en juego para interpretar e interpelar la situación riesgosa, refleja estas asimetrías. También, permite reconocer cómo la apropiación social del espacio, con sus elementos culturales y sus prácticas económicas, adquieren gran importancia al momento de evaluar la magnitud del riesgo. A partir de una situación de riesgo, es posible reformular las identidades existentes a partir de prácticas reflexivas en el entramado social.

La propuesta sociológica que Ulrich Beck elabora a finales del siglo XX, sigue teniendo gran capacidad explicativa en la actual coyuntura, porque permite establecer estrategias reflexivas en donde los actores puedan cuestionar las prácticas precedentes. El turismo es uno de los sectores económicos más afectados y, por lo tanto, debe recoger este desafío a través de sus herramientas más potentes: la valorización del patrimonio, la camaradería y la capacidad de hacer posible una experiencia extraordinaria. El riesgo cuestiona prácticas e instituciones, pero también valoriza experiencias placenteras, trastocando la percepción e importancia del disfrute. El turismo, como un sector económico pujante, va a necesitar re-convertirse en el futuro inmediato, pero también planificar sus prácticas en el mediano plazo para acelerar la recuperación de las distintas empresas y prestadores turísticos.

Impacto del turismo en Argentina

Las consecuencias causadas por la pandemia del COVID-19 son dramáticas para la actividad turística. El cierre de ciudades y países y por las restricciones de viajes, implica la parálisis de los distintos sectores del turismo y el transporte. De acuerdo con las cifras informadas por

la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2020), el impacto producido por la caída de la demanda de los viajes internacionales puede reflejarse en tres escenarios:

la pérdida de entre 850 y 1.100 millones de turistas internacionales; la pérdida de entre 910.000 millones y 1,2 billones de dólares de los EE.UU. en ingresos por exportaciones del turismo; y entre 100 y 120 millones de puestos de trabajo en empleo directo del turismo amenazados (UNWTO, 2020).

La disminución de turistas, tanto nacionales como internacionales, también quedó reflejado en los resultados arrojados por la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) para el primer trimestre 2020. De acuerdo con dicho Informe, para las 7 regiones turísticas que conforman el territorio argentino, existe una disminución del 50 % de las plazas ocupadas con respecto al mismo período del año anterior (INDEC, 2020). Estas disminuciones también se trasladan al ingreso de turistas no residentes a Argentina, dato que registra una baja interanual del caso, 59 % según las Estadísticas de Turismo Internacional (ETI) relevadas por el INDEC (2020).

El fin de la pandemia va a demandar nuevas prácticas y cuidados. Afrontar el riesgo como una construcción social, es el primer paso para generar el cambio que la situación requiere. Es dar cuenta de que se abren nuevos perfiles de potenciales consumidores, porque la pandemia modifica las identidades y los consumos culturales. Las propuestas de los prestadores turísticos deben tener en cuenta la diversificación de mercados, productos y servicios, atendiendo a los cambios en la demanda, desarrollo de nuevos productos, suministro de programas y/o incentivos de turismo social. Además, la transformación digital que estamos atravesando marca un antes y un después a la hora de compra, venta o prestación de productos y/o servicios. Son indispensables nuevas herramientas para canalizar el disfrute, la experiencia de viajar y sentirse a la vez cuidado como huésped.

El sector turístico debe ser capaz de dar una respuesta a la altura de los desafíos cercanos, adoptando y haciendo uso de distintos protocolos de sanidad y seguridad para poder seguir prestando servicios, los cuales se encuentran promovidos desde la OMT que también presentó un Programa de Asistencia Técnica para la Recuperación del Turismo. En Argentina, el sector hotelero y gastronómico, y también varios comercios, ya se encuentran empleando distintas acciones atendiendo a las medidas de prevención e higiene. El

aislamiento social, preventivo y obligatorio implementado en el país desde el 19 de marzo de 2020, también puede ser interpretado como un momento de reflexión donde las prioridades de consumo se re-organizan. El disfrute adquiere nuevas formas, pero no deja de estar presente. De hecho, está entre los primeros consumos que los potenciales clientes desearían realizar una vez terminada la cuarentena (Alonso, 2020).

El caso del turismo rural en Argentina, debe ser un ejemplo a tener en cuenta en el escenario impuesto por el COVID-19. No es sólo una alternativa al modelo de agronegocios que atenta contra la biodiversidad y contamina los suelos del Mundo Rural. Su propuesta es revalorizar las prácticas culturales para presentarse como un modo de desarrollo local capaz de importantes beneficios. Al finalizar el aislamiento social y preventivo, posiblemente los viajes se caractericen por ser de corta duración y de cercanía, siendo el turismo rural una excelente opción para estar en contacto con la naturaleza, y poder conocer y aprovechar el acervo cultural que ofrece la provincia de Buenos Aires, con distintas opciones y actividades turísticas en municipios rurales.

En el corto plazo, el turismo no va a presentarse de forma masiva, teniendo el turismo rural una gran oportunidad ante este esperable escenario. Los distintos prestadores deberán ir ajustando sus propuestas de turismo rural en función de las nuevas demandas sanitarias y de distanciamiento social. Algunas de las acciones propuestas en el protocolo para acompañar la reactivación en turismo rural, son: rediseño de propuestas y recorridos; establecer una cantidad de ingresos y egresos estricto de participantes por actividades, garantizando la desinfección de los espacios y los cuidados respectivos (residentes y turistas); trabajar en Red; reinventar espacios gastronómicos; asegurar las reservas con un pago del 50 %; incorporar medios digitales de pago; utilizar redes sociales, etc. (Protocolo para Turismo Rural – Prevención del COVID-19).

La pandemia re-ordena las prioridades de consumo, y el carácter identitario del huésped es parte de estas transformaciones. También, supone una caída del 8 % en las emisiones de CO₂ a nivel mundial, que abre la esperanza para nuevos tipos de consumo sustentables (Evans, 2020). Asimismo, las sociedades se enfrentan a algunas de las consecuencias del cambio climático, como, por ejemplo, alteración de las estaciones, aumento de temperaturas, incremento de fenómenos meteorológicos extremos, disminución de las precipitaciones,

entre otras; las cuales afectan no solo a la actividad turística, sino además al resto de las actividades económicas y las condicionan, por ejemplo, a la actividad agraria. Sin embargo, si bien es creciente el estudio e interés por el riesgo climático, las investigaciones respecto a la percepción del riesgo asociadas al cambio climático en el campo del turismo, aún son pocas en comparación con las investigaciones en otros sectores y/o actividades económicas (Gómez *et al.*, 2017).

Esta situación también se replica para el caso argentino. Teniendo en cuenta el presupuesto nacional, el cambio climático no resulta ser una prioridad en la política nacional, situación agravada por la falta de coordinación formal entre los organismos nacionales (Di Paola, 2015).

Volver a acercarse en “lo nuestro”, supone no sólo un desafío que el turismo de cabotaje debe enfrentar, sino que coloca al turismo rural en un lugar de gran importancia. Se debe promover una nueva apropiación del espacio donde el turismo ocupa un lugar destacado. No sólo porque su capacidad de carga es fundamental para hospedar a los visitantes, sino porque termina moldeando la experiencia en su totalidad. La pandemia brinda a las distintas empresas de viajes y turismo, la oportunidad de repensar y reorganizarse para poder crecer nuevamente o reflorar de una mejor forma, atendiendo los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) expuestos en la Agenda 2030 (UWNTO, s.f.).

CONCLUSIONES

A partir de la noción sociológica del riesgo, es posible un abordaje reflexivo tanto del turismo como de la identidad del huésped. El disfrute y el cuidado adquieren nuevas implicancias para el turismo en el escenario de corto y mediano plazo. El desafío no es “convencer” al turista de viajar, sino de posicionarse como una opción de disfrute, de salir de una rutinaria cuarentena en el hogar a partir de una experiencia extraordinaria. El sector debe reconocer el riesgo, pero volver a sus fundamentos, donde su capacidad para poner en valor las identidades locales es una de sus principales herramientas. Actualizar estas prácticas a los nuevos requerimientos sanitarios que se estandaricen, es parte de una noción de seguridad que será

fundamental para un nuevo resurgimiento del sector. La pandemia es también un terreno fértil para pensar nuevas oportunidades.

No es sólo una re-organización de las prioridades de consumo, sino también un proceso introspectivo que supone una nueva oportunidad para el turismo local. Estos son los desafíos, y las herramientas, para una reconversión del sector turístico, en los cuales los distintos destinos deberán trabajar y establecer estrategias para lograr ser destinos turísticos resilientes.

REFERENCIAS

- Alonso, H. (2020). *Ámbito*. <https://www.ambito.com/informacion-general/turismo/los-argentinos-eligen-el-como-primer-gasto-pospandemia-n5109015>
- Di paola, M. (2015). Presupuesto climático en Argentina: ¿Cuánto vale el cambio climático? *Informe Ambiental Anual 2015 FARN*.
- Evans, S. (2020). *Carbon Brief*. <https://www.carbonbrief.org/analysis-coronavirus-set-to-cause-largest-ever-annual-fall-in-co2-emissions>
- Gómez, M.B., López, X. & Iglesias, M. (2017). Percepción del cambio climático y respuestas locales de adaptación: el caso del Turismo rural. *Cuadernos de Turismo*, (39), 287-310.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INDEC (2020). Encuesta de Ocupación Hotelera. *Turismo*, 4(10).
- Organización Mundial de Turismo – OMT. (2020). <https://www.unwto.org/es>

UNWTO. (2020). *Organización Mundial del Turismo*. <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-las-cifras-de-turistas-internacionales-podrian-caer-un-60-80-en-2020>

UNWTO. (s.f.). *Organización Mundial del Turismo*. <https://www.unwto.org/es/tourismo-por-los-ods>

Post-print