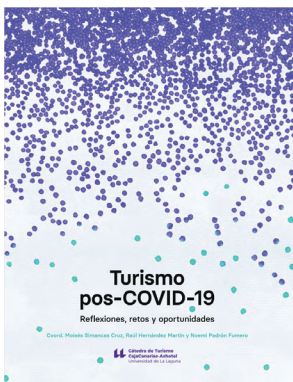


Reseña bibliográfica / Book review



Simancas Cruz, M., Hernández Martín, R. y Padrón Fumero, N. (Coords.). (2020). **Turismo pos-COVID-19. Reflexiones, retos y oportunidades**. Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad de La Laguna. <https://doi.org/10.25145/b.Turismopos-COVID-19>. 2020

M. BASILIA VALENZUELA
maria.v@cucea.udg.mx
Universidad de Guadalajara, México

Aplausos a las siete en Canarias, ocho en el resto de España

Esta novedad editorial busca analizar la situación del turismo ante el COVID-19 en España, desde distintas perspectivas y escenarios. Sale a la luz en el mes de julio del 2020, de manera muy oportuna para que los interesados, estudiosos, empresarios del sector y tomadores de decisiones de las esferas pública y privada puedan, quizá, tener una aproximación de hacia dónde vamos en esta incierta era del turismo con COVID-19.

Es un texto recién horneado, urgente, producido en España por la Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad de La Laguna –una red de investigadores en turismo–, en medio de una crisis sanitaria cuyos efectos, aún sin cuantificar cabalmente, han sido devastadores en todos los ámbitos. Sobre todo, y de manera casi inmediata, en el turismo, una actividad que depende de la movilidad de las personas, condición que ha sido limitada como parte de las medidas esenciales para enfrentar al virus SARS-CoV-2 en casi todos los países. Esto es importante porque la actividad turística es el principal bastión de la economía del país, así como de muchas otras naciones en el mundo.

Turismo pos-COVID-19. Reflexiones, retos y oportunidades es un libro electrónico de acceso libre, colaborativo, integrado por capítulos de autor producidos desde el

confinamiento, para congregar un amplio acompañamiento colectivo pocas veces visto en las publicaciones académicas del sector: un concierto de 110 voces de autores, investigadores y profesionales del turismo, “cantándose” al COVID-19 a lo largo de 64 capítulos, en amplitud de tonos, notas, bemoles, sostenidos y ritmos. Reflexiones que se preguntan para dónde va el turismo frente a esta situación inédita, cuáles son las grandes transformaciones que vendrán, cuáles son los desafíos y oportunidades que se presentan en el porvenir y cuáles son los efectos y oportunidades para destinos particulares.

El libro está organizado en tres partes: la primera, titulada “Repensando el turismo en el escenario de incertidumbre de la COVID-19”¹, tiene diez capítulos. La segunda parte, “Planteando retos y oportunidades para el turismo en el escenario de la COVID-19”, es la más extensa y por ello representa el corazón de las preocupaciones y desafíos que simboliza la enfermedad para la actividad turística; consta de 42 capítulos organizados en siete ejes temáticos: políticas, planes y estrategias de reactivación del turismo, Destinos turísticos, Sostenibilidad y gobernanza, Economía y empresa, Empleo y formación, Alojamiento, y Productos turísticos.

La tercera parte, “Analizando los efectos y las oportunidades de la crisis de la COVID-19 sobre el turismo de Canarias”, contiene 12 artículos enfocados a analizar la situación en las Islas, organizados en dos apartados: “Impactos de la crisis de la COVID-19 sobre el turista de Canarias”, y “Oportunidades del escenario pos-COVID-19”.

Con excepción de dos capítulos que ven por México y por América Latina, este libro se centra en casos de turismo en España, donde los autores observan la relación turismo-COVID-19 desde una óptica europea e internacional para trazar un diálogo en torno a lo que –61 de los 64 trabajos– consideran una pandemia (vírica), que “ha sido un poderoso transmisor de sentimiento de riesgo, incertidumbre y vulnerabilidad” (Moreno et al., p. 555)². De ahí que, desde ahora, se afirma que el texto es, como dice el título, una invitación por todo lo alto a reflexionar, desde nuestras propias latitudes, ante este gran espejo.

Esta importante colección de textos pone de manifiesto que nos encontramos ante un cambio en la forma en que hemos concebido la globalización: desbocada, vo-

¹ Nota del editor: Se respetan los títulos de los capítulos en el libro que utilizan el artículo femenino “la” al referirse al COVID-19. Según la Real Academia Española se permite el uso indistinto, siendo válidos “el COVID” o “la COVID”.

² Las citas en adelante corresponden al libro objeto de esta reseña.

raz, sustentada en el desarrollo de las tecnologías de la información, de la que solo se esperaban resultados positivos, y ahora ha mostrado al mundo entero su cara menos amable e inesperada, la de traer consigo un riesgo sanitario que, hacia la tercera semana de agosto de 2020, ha causado 802 mil 722 muertes en el mundo y 23 millones 120 mil 830 contagiados³. Ello marca lo que Daniel Hiernaux ha llamado, desde la experiencia mexicana, "El amargo despertar" y "El fin de la globalización feliz" (p. 195), rescatando las palabras de Hakim Ben Hammouda. Hasta lo que otros autores, como Azcárate, consideran la muerte de la globalización y, en su lugar, cantan vítores a la glocalización. La actividad turística no escapa de la dinámica de este contexto, frente al cual es gobernada, amenazada y vulnerable.

El turismo es el centro de las preocupaciones de este libro, es el sector económico más golpeado por el COVID-19. Para estos estudiosos es evidente que se está frente a una crisis desproporcionada, un hoyo negro del que aún no se tienen los saldos totales. Una crisis que algunos autores llegan a comparar con la de 1929 o la financiera de 2008, de más reciente memoria, que golpeó fuertemente al turismo y a las economías nacionales. No obstante, si bien 58 capítulos de este libro refieren a una situación de crisis, que ha llevado a un turismo cero, a una paralización del sector, al mayor parón turístico del que se tenga memoria, la idea de crisis no es igual en todos los trabajos, e incluso, en un intento por aprehenderla, por entenderla, recibe varios nombres y, al nombrarla, algunos buscan establecer una relación con el turismo o con espectros más amplios.

Así, la mayoría la denomina crisis de la/del/por el COVID-19 o crisis sanitaria; también refieren a ella como crisis de salud, crisis de salud pública, crisis pandémica. Los que la relacionan con el sector la llaman crisis turística, crisis del turismo, crisis del sistema turístico. Los que ven más lejos, tienden a relacionarla con una crisis humanitaria que también es económica y social, con efectos multidimensionales. Los autores de estos capítulos coinciden en un hecho evidente: estamos frente a una crisis global, una situación inédita en los tiempos modernos.

Al tratar de explicarla, cada cual la entiende como puede. Por ejemplo, Ortega et al. sostienen que esta crisis es diferente a las conocidas, no acaba con el equipamiento y la infraestructura, no arrasa el territorio, no se limita a un espacio determinado, no se sabe cuándo terminará, ni cuál será la destrucción de riqueza y sufrimiento que dejará tras de sí: esta crisis es certeramente incierta. Para Alfonso Vargas esta es

³ Según datos del hospital Johns Hopkins, disponibles en <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>

una crisis en dos tiempos: el de pre-vacuna (difícil por los problemas de seguridad sanitaria y las posibilidades de rebrotes) y el de pos-vacuna (tiempo para recuperar la confianza).

En tanto, Moisés Simancas elabora un decálogo de premisas para definir la crisis turística causada por el COVID-19 en España, como sigue: es imprevisible (como un cisne negro); de escala internacional cuando la globalización representa una amenaza para el sector; ha afectado la esencia del turismo (miedo a viajar, distanciamiento social y turismoxenofobia); es inédita (llega con un cero turístico). Sucede en escenario de incertidumbre pero busca aplicar gestión adaptativa según evolución del COVID-19; ha generado crisis sistémica del sector con efectos inciertos; tiene una fase de reactivación en tiempo indefinido; paralización de los activos de las empresas turísticas (pero con apoyos públicos); articulada alrededor de la necesidad de gestionar el miedo al contagio (la aparición del “turismo con mascarilla”); y, falta de gobernanza (p. 628).

Si bien la idea de crisis está por muchas partes del libro, también se encuentra la noción de oportunidad: toda crisis, sin importar el tipo, trae oportunidades. La pregunta que surge es: ¿Cuáles trae el COVID-19 bajo el brazo para el turismo? Desde este amplio imaginario colectivo se pueden distinguir al menos dos vertientes.

Por una parte, para algunos autores representa la oportunidad de un cambio profundo, repensarlo todo, el turismo mismo, las estrategias seguidas por el sector, hasta el modelo de desarrollo, mejorarlo y, por qué no, construir uno nuevo, de cooperación y gobernanza, uno alternativo, que ponga en marcha un aprendizaje colectivo, más integrado a la sociedad, la cultura, el medio ambiente. Sí, uno basado en la sostenibilidad, entendida como una que abarca las esferas económica, social, cultural, medioambiental, urbana, de movilidad; así, se habla de la ciudad saludable, de la movilidad sostenible, entre otras.

En esta gran vertiente formada de muchos pareceres y matices, el parón causado por el COVID-19 es la oportunidad para darle fin a la era del turismo masivo (el *overtourism*) o, al menos, decrecerlo, para transitar a una de turismo *slow*, consciente, más responsable del medio ambiente, incluso dar cabida al desarrollo del turismo de proximidad y, de paso, reducir la gran dependencia del turismo que tienen las economías tanto nacional como locales. Es necesario señalar que estas ideas parten de una situación que el COVID-19 ha dejado al descubierto, un problema latente en las discusiones del modelo turístico por años y que algunos autores denominan “la

crisis del turismo”, el sobrecrecimiento de este como un vicio del sector, la sostenibilidad del modelo y la crisis ambiental.

Por el otro lado, también están presentes los que consideran que el COVID-19 no traerá un cambio sustancial en el modelo turístico y se limitan a proponer soluciones para dar salida a la crisis, enfocados en lo que consideran lo urgente; esto es, aprovechar el cierre para la modernización del equipamiento e infraestructura existentes, de la oferta, renovarse, integrar sistemas de seguridad, mejorar la imagen y el posicionamiento internacional, donde necesariamente tendrán que integrar a lo ya existente una nueva visión de salud, tendiente a alcanzar una seguridad sanitaria.

Es decir, bajo principios científicos, organizar, administrar y acomodar la oferta a prácticas de sana distancia, aplicando los criterios de proxémica en los destinos turísticos, los sistemas inteligentes, entre otras acciones más intrusivas de la libertad individual, como protocolos que puedan ayudar a contener la propagación o al menos gestionar el miedo. Esto daría lugar a una pronta recuperación del sector, además de aplicarse en hacer un turismo más resiliente y, por tanto, menos vulnerable. Desde luego, esta vertiente también se interesa por la sostenibilidad; el modelo vigente es corregible, pero eso es, por lo menos, en un segundo plano.

Más allá de las posibles diferencias o puntos de encuentro entre una vertiente y otra, algunas voces más realistas observan que la situación generada por el COVID-19 no va a cambiar el modelo económico, pues, una vez que la crisis encuentre la salida, la situación del turismo volverá a lo mismo y este “dramático parón” será solo “la concesión de una brevísima moratoria al planeta” (Palomo et al., p. 165), que muchos han visto como una buena señal, por el anhelo de un mundo mejor.

Como se puede ver, imaginar el mundo que vendrá para el turismo después de (o en convivencia con) el COVID-19 es el centro de estos trabajos, pero ideas de incertidumbre pueblan a lo largo y ancho de este libro, al tratar de imaginar y reflexionar para dónde puede ir todo esto, bajo las aguas turbias de una situación desconocida y para la que se dejaron de producir datos, al menos por las instancias oficiales internacionales, moviéndose unos desde una postura más bien desalentadora, otros lanzando las interrogantes al aire para aquel lector anónimo que tenga alguna respuesta.

Por ejemplo, Alberto Jonay Rodríguez apunta que “sin lugar a duda, la incertidumbre es el componente más definitorio del momento turístico en que nos encontramos” (p. 125) porque esta permea en todo el quehacer de los distintos actores de la actividad turística, desde los tomadores de decisiones, los académicos e investigadores, hasta los trabajadores de servicios. Algunos dirían que la incertidumbre es la única certeza (Palomo et al.) o que estamos en “un contexto de enorme incertidumbre epidemiológica” (Calveras, p. 489).

En los trabajos de este libro parece estar claro que la llamada crisis actual no es resultado de un problema en la oferta, es decir, en los destinos como productos turísticos, sino en factores exógenos (concretamente la seguridad sanitaria), que rebasan con mucho los territorios locales donde sucede el turismo y las actividades de ocio. Aun así, y con la incertidumbre a cuestas, siendo conscientes de no tener una respuesta definitiva frente a este escenario, estos académicos y profesionistas del sector han echado sus redes al agua para buscar soluciones locales a un problema que se gesta desde fuera, siguiendo el adagio de cómo convertir la crisis en una oportunidad.

El texto es sumamente rico en propuestas de diversa índole para hacer frente a la crisis sanitaria del COVID-19, que pueden ser de utilidad, ya sea como lecciones que arrojen luz para entender lo que sucede en nuestros ámbitos de referencia, ya sea para su adaptación en los destinos turísticos en la “nueva normalidad”. Por ejemplo, Adrián Ferrandis et al. presentan una serie de acciones para Destino Turístico Inteligente (DTI) aplicadas en la gestión de playas (urbanas y de afluencia masiva), con ámbitos puntuales que deben regular los planes de playa, las normas, el aforo posible, entre otros.

Pilar Talón et al. exponen un ejercicio de estrategias para *Revenue management* en hoteles, hacia la recuperación del negocio. Manuel de la Hoz ofrece una serie de aspectos que deben estar presentes en la comunicación como desarrollo estratégico en los hoteles, para el periodo de reactivación y para el de normalización. María Teresa Fernández desgrana propuestas estratégicas de cómo atraer turistas locales o domésticos, considerados los nuevos viajeros por cierre de fronteras por COVID-19.

Raquel Santos encuentra oportunidades de innovación y propone siete aspectos clave como estrategia para reactivar la transformación del turismo rural. Carlos Fernández ofrece un listado de cómo serán las relaciones con el turista de los cielos os-

curos o astroturista, y qué se debe cuidar en esta interacción. Fuentes-Moraleda et al. tratan de cómo hacer *tours* virtuales de sitios patrimonio de la humanidad, algo que se ha vuelto popular en el nuevo escenario COVID-19, por mencionar algunos.

En suma, este libro constituye un valioso y oportuno compendio de consulta obligada cuando se trate de entender qué ha sucedido con el turismo en la era COVID-19, los desafíos que ha representado para el sector, las soluciones que 110 expertos han imaginado. Los tomadores de decisiones, los académicos, los profesionales, empresarios del sector, pueden encontrar varias lecciones de interés en estos tiempos inciertos, pero no solo ellos, su lectura también debe formar parte de los programas diseñados para los estudiantes de turismo de los niveles técnico, de licenciatura y posgrado.

Se reitera que este libro es de acceso libre, disponible en el enlace señalado en la referencia. ¡Olé!