

El turisme post-Covid: cap a un model més sostenible?

La crisi sanitària força a pensar sobre la insostenibilitat del sector dels viatges que ha imperat fins ara | Les empreses que hagin estat fidels als principis del turisme sostenible són les que es trobaran ben posicionades en el nou context



Turistes visitant la Casa Batlló amb mesures per prevenir el contagi del Coronavirus. | Adrià Costa.

Davant la crisi sanitària derivada de la pandèmia de la CoViD-19 (<https://www.pensem.cat/grans/temes/1335/repercussions/covid-19>) s'estan generant una gran quantitat d'interrogants sobre l'afectació a mitjà i a llarg termini en el sector turístic. La crisi és de tanta envergadura i ha arribat d'una forma tan sobtada i imprevista que es fa molt difícil fer qualsevol previsió que sigui mínimament realista. Parafraçant Plini el Vell, el gran naturalista romà que va viure fa 2.000 anys, l'única certesa, ara mateix, és la incertesa. Ningú no sap què passarà ni tan sols en el curt termini, en un futur gairebé immediat. Això no obstant, hi ha un cert consens en afirmar que segurament mai res no tornarà a ser com abans. **Es produiran canvis socioeconòmics que tindran una incidència molt marcada sobre el turisme tal com l'havíem conegut fins fa ben poc:** canvis en els patrons de mobilitat, de socialització i de consum, canvis en el lleure, en el treball i en moltes altres esferes de la vida social que afectaran el món dels viatges i del turisme.

De moment, l'evidència que tenim és el tancament que s'ha produït durant uns mesos de la major part de destinacions turístiques del planeta i, en conseqüència, de totes les empreses, grans i petites, que depenen directament o indirecta d'aquesta activitat (transport aeri, creuers, allotjament, agències de viatge, activitats de lleure i culturals, etc.). **El sotrac econòmic i social,**

certament, no té precedents. A més, no se sap encara fins quan la crisi s'allargarà en el temps, ni quines implicacions tindrà des del punt de vista de les restriccions en la mobilitat de les persones ni de l'anomenat distanciament social que caldrà mantenir per prevenir contagis. En aquest sentit, des d'un punt de vista sociològic i antropològic, apareixen tota una sèrie d'interrogants relacionats amb l'impacte social que pot generar aquesta crisi, almenys fins que la pandèmia no hagi finalitzat, sobretot a les destinacions turístiques. A banda d'una considerable sensació de desconcert, desassossec, patiment i malestar social entre la població, **cal preguntar-se si els turistes podrien ser vistos com una amenaça en tant que potencials portadors del virus i iniciar-se així processos de turismofòbia** o incrementar-se aquells que ja existien en algunes destinacions. El paper que jugaran les xarxes socials ja s'ha identificat com un aspecte que tindrà una gran influència en la difusió de determinades percepcions i discriminacions induïdes per la pandèmia que poden afectar la imatge d'empreses i destinacions.

Aquest article és una adaptació de: Romagosa, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism (<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14616688.2020.1763447>) , Tourism Geographies, 22:3, 690-694

Sovint s'ha argumentat que el sector turístic presenta una elevada resiliència o capacitat d'adaptació i recuperació davant de fenòmens catastròfics o inesperats. En aquesta ocasió, però, el sector està passant un test d'estrès molt sever. Hi ha analistes que opinen que una vegada passats els moments més durs s'anirà retornant gradualment -sense aventurar un horitzó temporal concret- a una certa normalitat, o almenys a una situació relativament similar a l'existent en el moment previ a la crisi. Si això fos així, es confirmaria la teoria del cigne negre, donada a conèixer per Nassim Taleb[1 ([#Taleb](#))], segons la qual un succés sorpresiu de gran impacte socioeconòmic, com aquesta crisi, una vegada ha passat, es racionalitza fent que sembli previsible o explicable, i donant la impressió que ja s'esperava que tingués lloc. Segons aquest punt de vista, l'actual crisi no implicaria canvis substancials al sector turístic. S'imposaria la filosofia del *business as usual*, fet força preocupant si tenim en compte les **reiterades alertes que ha rebut el sector, tant per la seva insostenibilitat -manca de visió a llarg termini- com per la seva exposició cada vegada més recurrent als riscos imposats pel canvi climàtic i per les emergències sanitàries globals.** Ignorar aquests riscos seria una temeritat.

Davant d'aquesta situació, han sorgit posicions que diuen que s'hauria d'aprofitar l'actual moment d'aturada i frenada de l'activitat per realitzar canvis estructurals profunds en el sector. **Tenint en compte que les activitats humanes necessiten canviar si es volen evitar els pitjors efectes del canvi climàtic, aquesta crisi podria oferir una oportunitat inesperada.** Més que retornar al model anterior al més aviat possible, la CoViD-19 força a pensar sobre la insostenibilitat del sector dels viatges i del turisme que ha imperat fins al moment previ a la crisi i a la necessitat de canviar de model[2 ([#López-Monñé](#) , 3 ([#Higgins-Desbiolles](#))]. Aquesta reflexió enllaça amb un altre debat que ja s'havia iniciat pocs anys abans. Era el que plantejava la necessitat de posar fre a un creixement aparentment il·limitat -i, per tant, insostenible- dels viatges turístics, sobretot a escala internacional, i optar per **estratègies de decreixement**, especialment en destinacions sobresaturades, que patien "sobreturisme" (*overtourism*). Soltadament, però, i de forma inesperada, totes aquelles destinacions han passat a tenir una preocupació totalment oposada: la desaparició del turisme i **la necessitat de tornar a tenir turistes novament.** Cal dir, però, que aquesta crisi no té res a veure amb el decreixement, que consisteix en una contracció voluntària i

planificada. En un article publicat a *Political Ecology Network*, els professors Fletcher, Murray, Blázquez-Salom i Blanco-Romero[4 (#Fletcher)] ho recorden i suggereixen que encara que la crisi sanitària acabi relativament aviat, no és desitjable retornar als nivells dels viatges previs a la crisi. I això ho afirmen no només pel rebuig social que ha provocat el "sobreturisme" sinó també pels impactes ambientals que genera el sector dels viatges i del turisme, com són el canvi climàtic, la contaminació i l'esgotament dels recursos. Segons els mateixos autors, les restriccions i els controls a la mobilitat de les persones imposats per la crisi sanitària demostrarien com, si hi ha voluntat i consens polític per fer-ho, sí que **seria possible regular els fluxos turístics d'acord amb uns determinats estàndards de sostenibilitat**, quan fins fa ben poc s'havia argumentat que això era impossible.



Protesta per la massificació del Parc Natural del Montseny, a principis de juny. Foto: Josep M Montaner.

Malgrat la incertesa, **una de les conseqüències més probables que tindrà aquesta crisi és la del reforçament del turisme de proximitat**. Aquesta previsió es fonamenta pel fet que els turistes post-crisi, amb una major consciència social i ambiental -i també amb una butxaca molt tocada per la crisi econòmica derivada de la crisi sanitària-, probablement optaran per viatjar a destinacions properes al seu lloc de residència. Aquestes destinacions poden ser considerades de "menor risc" per molts potencials turistes, en un context de creixent inseguretat i incertesa. A això cal afegir-hi el fet que hi poden haver restriccions per als viatges internacionals -de llarga distància-, almenys durant un temps. De fet, això és el que es constata que ha acabat passant durant aquesta temporada d'estiu, en què la major part dels viatges turístics han estat de curta distància i **les arribades de turistes internacionals al país s'ha vist reduïda de forma notable**, ja sigui pel risc a viatjar ja sigui per les restriccions imposades per determinats països (com per exemple, el Regne Unit o França).

La consolidació dels viatges de proximitat en detriment dels de llarga distància aniria en línia tant

amb l'afavoriment d'un turisme més sostenible com també amb la mateixa idea de decreixement, ja que disminuirien les emissions globals. Això no obstant, **hi ha una gran preocupació per la mateixa sostenibilitat de destinacions i empreses turístiques** (en aquest cas, sostenibilitat entesa en el sentit de supervivència). Davant d'aquest futur incert, qui aparentment es troba en una posició menys desfavorable, més resilient, són aquelles destinacions que tenen una oferta més diversificada, menys dependent d'un determinat mercat, i que alhora han apostat per paràmetres qualitius més que per quantitius. Quant a les empreses turístiques, aparentment les grans companyies poden tenir més marge de maniobra en comparació amb les petites, tot i que res ja no està garantit (pensem, per exemple, en la caiguda del gegant Thomas Cook el setembre de 2019). Si s'ha de fer cas a les previsions anteriors, **totes aquelles empreses que s'hagin cregut i hagin estat fidels als principis del turisme sostenible, independentment de la seva dimensió, són aquelles que es trobaran ben posicionades en el nou context**. Aquí cal fer un esment destacat a la mirrada de micro i petites empreses turístiques arrelades al territori que ofereixen productes ecoturístics o basats en el patrimoni natural i cultural local, lluny de la massificació, que aporten experiències de qualitat per als turistes i un alt valor afegit per al territori. En qualsevol cas, les empreses que sobrevisquin a la pandèmia hauran de fer que els seus productes siguin més resilients davant les futures pandèmies que els experts en salut alerten que seguiran venint, i que s'adaptin al previsible canvi en els interessos dels consumidors, que inclouran una major demanda de productes sostenibles.

El turisme pot ser una bona eina per al desenvolupament local, però, tal com ha demostrat aquesta crisi, no hauria de ser-ne l'única. Caldrà cercar un equilibri necessari a cada territori. Aquí entren en joc les polítiques de planificació i gestió del turisme en clau de sostenibilitat i resiliència, que s'hauran d'implementar amb les adequades fórmules de governança, que integrin els sectors públic i privat de forma coordinada. En definitiva, tots els agents tenen una tasca d'una gran responsabilitat: ajudar a **reconduir el turisme -tant des del punt de vista de l'oferta com de la demanda- cap a escenaris realment sostenibles i resilients davant un futur canviant i ple de nous reptes**.

Referències bibliogràfiques:

[1 ()]- Taleb, N.N. (2011). *El cisne negro: el impacto de lo altamente improbable*. Paidós Ibérica.

[2 ()]- López-Monné, R. (2020). Terra incògnita, el turisme post pandèmic

(<https://www.laconca51.cat/terra-incognita-el-turisme-post-pandemic/>) . *La Conca* 5.1., 27-04-2020.

[3 ()]- Higgins-Desbiolles, F. (2020). The end of global travel as we know it: an opportunity for sustainable tourism (<https://theconversation.com/the-end-of-global-travel-as-we-know-it-an-opportunity-for-sustainable-tourism-133783>) . *The Conversation*.

[4 ()]- Fletcher, R., Murray Mas, I., Blázquez-Salom, M., Blanco-Romero, A. (2020). Tourism, degrowth, and the COVID-19 Crisis (<https://politicalecologynetwork.org/2020/03/24/tourism-degrowth-and-the-covid-19-crisis/>) . *Political Ecology Network*.



Turistes amb mascareta al centre de Barcelona. Foto: Adrià Costa.

També et pot interessar:

[noticiadiariambautor]93/103[/noticiadiariambautor]

[noticiadiariambautor]93/139[/noticiadiariambautor]

[noticiadiariambautor]93/94[/noticiadiariambautor]