

El turisme en temps de pandèmia: impactes, mesures i reptes per Catalunya

Salvador Anton Clavé

*Departament de Geografia, Grup de Recerca d'Anàlisi Territorial i Estudis Turístics
Universitat Rovira i Virgili
salvador.anton@urv.cat*

Gemma Cànoves Valiente

*Departament de Geografia, Grup de Recerca TUDISTAR
Universitat Autònoma de Barcelona
gemma.canoves@uab.cat*

Francesc López Palomeque

*Departament de Geografia, Grup de Recerca ANTERRIT
Universitat de Barcelona
lopez.palomeque@ub.edu*

Antònia Casellas

*Departament de Geografia, Grup de Recerca INTERFASE
Universitat Autònoma de Barcelona
antonia.casellas@uab.cat*

Resum

El turisme, un sector econòmic clau per a tot el territori català, s'ha vist fortament afectat pel coronavirus. En aquesta comunicació es recull la reflexió generada per part d'especialistes en l'estudi del turisme com a estratègia de desenvolupament econòmic i territorial en el context de la crisi produïda per la pandèmia. L'anàlisi explora la diferent afectació que la COVID-19 ha tingut en el territori, les mesures que s'han adoptat i els reptes de futur als que s'enfronta una activitat econòmica que mostra noves dinàmiques per part de la demanda i requereix noves estratègies i polítiques per part de l'oferta i els territoris que l'acull.

Paraules clau: desenvolupament local, turisme, política pública, COVID-19.

Resumen: *El turismo en tiempo de pandemia: impactos, medidas y retos para Cataluña*

El turismo, un sector económico clave para todo el territorio catalán, se ha visto fuertemente afectado por el coronavirus. En esta comunicación se recoge la reflexión gene-

rada por especialistas en el estudio del turismo como estrategia de desarrollo económico territorial en el contexto de la crisis producida por la pandemia. El análisis explora la diferente afectación que la COVID-19 ha tenido en el territorio, las medidas que se han adoptado y los retos de futuro a los que se enfrenta una actividad económica que muestra nuevas dinámicas por parte de la demanda y requiere nuevas estrategias y políticas por parte de la oferta y los territorios que la acoge.

Palabras clave: desarrollo local, turismo, política pública, COVID-19

Abstract: *Tourism in times of pandemic: impacts, measures and challenges facing Catalonia*

Tourism is a key economic sector for Catalonia, which has been severely affected by coronavirus. This communication captures the thoughts generated by specialists in the study of tourism as a strategy for territorial economic development in the context of the crisis caused by the pandemic. The analysis explores the different impact that COVID-19 had on the territory, the measures that have been adopted and the future challenges that this economic activity faces in front of new dynamics on the demand side, which requires new territorial strategies and policies.

Keywords: local development, tourism, public policy, COVID-19.

* * *

1. Introducció

El turisme ha estat un dels sectors econòmics més castigats per la pandèmia de la COVID-19 a escala global. Amb anterioritat, altres esdeveniments vinculats a inestabilitat política, terrorisme o catàstrofes naturals havien afectat l'activitat turística. Res però comparat amb la COVID-19. Un fenomen d'un impacte radicalment diferent per la seva durada i escala territorial, que ha aconseguit el que semblava impossible: relegar el turisme a escala global a inexistent durant mesos.

En aquest context, el 3 de desembre 2020 la Societat Catalana de Geografia va organitzar una taula rodona amb acadèmics d'universitats catalanes especialistes en l'estudi de les dinàmiques del turisme a Catalunya amb l'objectiu de reflexionar sobre els impactes, mesures i reptes que la pandèmia genera en un sector econòmic crucial per el país. En aquest document es recullen les aportacions de la taula rodona tot respectant les diferents veus i perspectives que hi varen participar. En primer lloc, Salvador Anton adreça la reconfiguració de fluxos turístics al territori català identificant el canvi en la dinàmica territorial del turisme entre 2019 i 2020, alhora que assenyalava i identifica propostes per una renovada planificació del turisme a Catalunya. En el següent apartat Gemma Cànoves Valiente analitza com la pandèmia, tot i haver afectat negativament el turisme en el seu conjunt, ha generat dinàmiques positives per al turisme d'interior, i més específicament, el turisme rural. Una nova tendència de "slow

and soft live” que afavoreix els espais de proximitat però que també obliga a respondre amb un model de turisme sostenible. A continuació Francesc López Palomeque, fent èmfasi en els nombrosos interrogants de futur que la pandèmia genera, i a partir de factors estructurals de l’origen i desenvolupament del turisme, esbossa la necessitat d’un nou model de turisme caracteritzat per les tres ‘esses’: *smart*, sostenible i segur. Finalment Antònia Casellas tanca l’article amb unes reflexions finals.

2. Dinàmiques territorials del turisme a Catalunya en temps de pandèmia i reptes per al futur

Salvador Anton Clavé

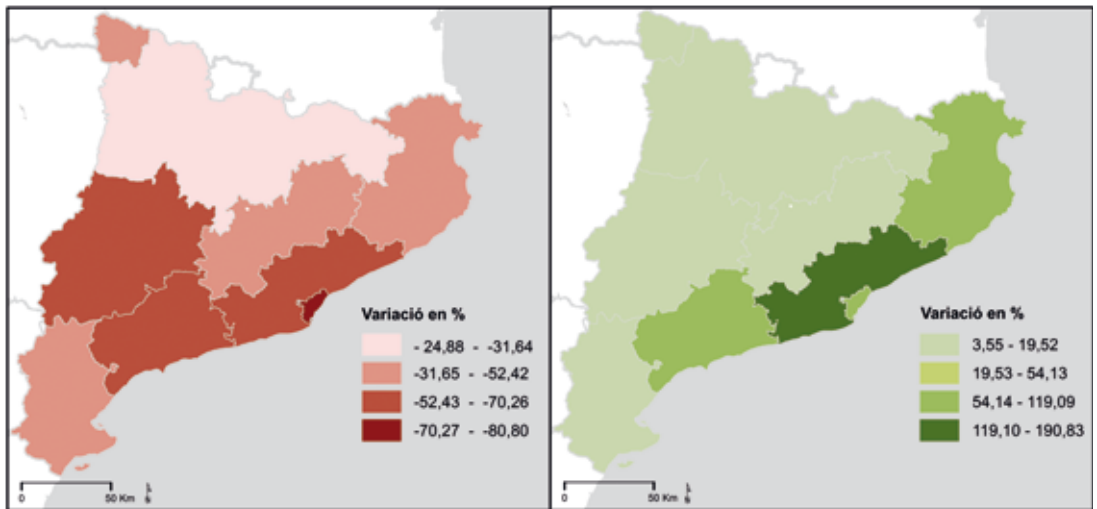
La irrupció inesperada del coronavirus ha intensificat les tensions humanes, socials, econòmiques i ambientals que afecten directament el turisme (Gössling, Scott i Hall, 2020) i ha impulsat un marc de reflexió que porta a repensar alguns aspectes generalment acceptats sobre mobilitat, consum, globalització i sostenibilitat (Niewiadomski, 2020). Més en particular, l’any 2020 s’ha vist com, per causa de la COVID-19, a Catalunya les múltiples mobilitats vinculades a l’oci i el turisme s’han vist profundament alterades i s’ha donat una reconfiguració de fluxos turístics de proporcions històriques i amb múltiples implicacions a tots nivells. Molt sintèticament, segons dades del Sistema d’Informació Turística de Catalunya (veure <https://catalunya.tourism-data-system.cat/>), l’any 2020 les arribades i les pernoctacions de turistes en allotjaments regulats a Catalunya van ser, respectivament, el 34,31 % i el 31,81 % de les que hi va haver l’any 2019. Els pesos dels diferents mercats també van canviar substancialment en passar l’espanyol (inclòs el català) de representar el 43,13 % a significar el 71,52 %. Paral·lelament, els cinc principals mercats estrangers van veure reduït el seu pes de manera significativa: el francès del 13,06 % al 9,82 %, el britànic del 8,17 % al 2,35 %, l’alemany del 4,95 % al 2,77 %, el d’Estats Units del 3,90 a l’1,33 % i el rus del 3,35 % al 0,47 %.

Ara bé, més enllà de les dades generals, la informació disponible permet observar també que la pandèmia va provocar l’any 2020 dinàmiques de resposta no lineals que fan palesa la diversitat i complexitat de l’activitat i dels seus efectes així com el seu paper en els territoris on es localitza. Segurament, tot i que evident, aquest és un primer aprenentatge a tenir present derivat de la reducció i alteració de les pautes de mobilitat originades per la COVID-19. A nivell geogràfic, aquest fet va ocasionar, a més, la intensificació de l’ús turístic de territoris emergents (especialment espais rurals, d’interior i de muntanya), mentre que altres destinacions consolidades van tenir una capacitat d’adaptació molt variable (Duro Moreno, 2020). S’observa, en aquest sentit, que la modalitat d’activitat turística, els mercats hegemònics en cada territori/destinació,

la tipologia dels allotjaments, les densitats, els models de negoci dominants i el context productiu de cada component del sistema territorial de Catalunya van condicionar l'any 2020 la capacitat de reacció de les destinacions a les dinàmiques de reconfiguració de les mobilitats turístiques causades pel primer any de pandèmia. Les causes van ser diverses. Des de la seva orientació cap a mercats que van resistir millor que altres la crisi o que estaven afectats de manera diferenciada per altres canvis en la indústria (per exemple, la reducció de la mobilitat aèria, la dependència de productes de baix cost o la importància relativa a cada destinació de les economies de plataforma) a circumstàncies com que alguns establiments es van poder adaptar més ràpidament o amb menys costos que altres a les noves regulacions institucionals o que la percepció que la demanda tenia sobre determinades destinacions en termes de seguretat sanitària era més elevada.

Tot plegat, com s'apuntava, va portar a una gran variabilitat dels efectes de la COVID-19 a nivell territorial, com posen de manifest, per posar només dos exemples, els mapes de la Figura 1 sobre, respectivament, els canvis en les pernoctacions i la demanda d'espanyols allotjada en hotels entre juliol i agost de 2019 i el mateix període de 2020.

Figura 1. Indicadors de canvi en la dinàmica territorial del turisme a Catalunya entre 2019 i 2020 per marques turístiques (juliol i agost)



a) Variació de les pernoctacions

b) Variació de la demanda espanyola allotjada en hotels

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Sistema d'Informació Turística de Catalunya (<https://catalunya.tourism-data-system.cat/>). Mapes elaborats per M. Trinitat Rovira Soto, Laboratori de Cartografia i SIG del Departament de Geografia de la URV.

Tal com ja s'ha comentat en altres aportacions (Anton Clavé, 2020), la COVID-19 ha fet palesa la necessitat de donar resposta als reptes de la planificació territorial del turisme per al conjunt de Catalunya i a diferents escales.

Això implica també articular una nova visió sobre el sentit, la centralitat i el paper de l'activitat turística a Catalunya (Anton Clavé, 2021). Així, front a la visió prevalent (en bona part del pensament i, fins i tot, de la crítica a les dinàmiques convencionals del turisme a Catalunya) que l'ordenació territorial del turisme significa, prioritàriament, planificar la capacitat d'allotjament instal·lada, les activitats associades o el volums globals de visitants, la COVID-19 ha posat de relleu la importància d'actuar sobre la distribució, la variabilitat i les característiques dels fluxos de persones, materials, energètics i financers associats al turisme, sobre les infraestructures i serveis que li donen suport i sobre la vulnerabilitat, l'adaptabilitat, la competitivitat i la sostenibilitat dels sistemes territorials en els quals el turisme té un paper.

Tenint en compte aquesta perspectiva això vol dir que cal, en un context on l'hegemonia de les plataformes digitals en l'accés a la informació i la contractació de serveis turístics condiona de manera immediata la presa de decisions per part de la població, tenir capacitat per a:

- diagnosticar com s'articulen, com evolucionen i quins impactes sobre la cadena de valor associada al turisme tenen les pràctiques i els fluxos de mobilitat cap a i un cop a les destinacions turístiques catalanes;
- establir quin paper ha de jugar el turisme en la creació de valor, d'ocupació i de prosperitat a Catalunya i en el reforçament de la identitat i sostenibilitat del conjunt del sistema territorial català i de les seves destinacions específiques;
- assignar els recursos necessaris per a facilitar la gestió sostenible de les mobilitats turístiques a Catalunya (des d'accessos viaris multimodals a través de grans infraestructures a sistemes recreatius diversificats en espais agraris o naturals amb multiplicitat i diversitat de petits agents);
- articular els sistemes de governança i les polítiques públiques associades que han de poder donar viabilitat als processos de planificació necessaris,
- actuar de manera específica, prioritària, sostenible i determinada en els territoris/destinacions turístiques on els efectes de les situacions de crisi generen més inestabilitat i en els que la seva recuperació pot tenir un major efecte estratègic d'arrossegament per al conjunt de la cadena de valor i la disminució dels desequilibris socials.

Cal no oblidar, d'altra banda, que l'escala, la tipologia, el nivell d'especialització, les densitats i el context productiu i reproductiu de cada territori són determinants a l'hora de definir les dues qüestions bàsiques a partir de les quals respondre a aquestes qüestions: les capacitats de les destinacions (físiques, socials, energètiques, ambientals, econòmiques) i les seves necessitats (recursos, capital humà, infraestructures, regulacions).

En tot cas, des d'aquesta perspectiva resulta clar que la redefinició del mapa de les mobilitats vinculades a l'oci i el turisme a múltiples escales a Catalunya

derivada de la COVID-19 durant 2020 ha fet emergir nous reptes, n'ha intensificat alguns que ja eren latents i ha fet veure la persistència d'altres que, de no resoldre's, poden tenir efectes encara més trasbalsadors en potencials futures situacions de crisi. Tot plegat ha resultat ser intensament *path and place-dependent* (Sanz Ibáñez i Anton Clavé, 2014) posant de manifest processos coevolutius diferencials que no es corresponen estrictament als estereotips previsibles segons models d'interpretació teòrics de la dinàmica del turisme o desitjats des de la perspectiva de la pròpia posicionalitat dels observadors (Haigney, 2021).

Val a dir, finalment, que una renovada planificació territorial del turisme demanda, per a avançar en la direcció proposada, noves fonts d'informació molt més enllà de les estadístiques habituals sobre demanda, ocupació o producció agregada, per posar alguns exemples. Implica crear sistemes que permetin incorporar i combinar *big* i *small data* turística i no turística (social, ambiental, econòmica) i, amb ella, sensòrica, protocols compartibles i compartits d'anàlisi qualitativa textual, visual i sonora i, especialment també, informació sanitària. Implica, per tant, poder tenir els indicadors adients per a poder valorar l'activitat des de la perspectiva del repte de la sostenibilitat (Hall, 2019). Tot plegat compartit en Sistemes d'Informació Geogràfica que permetin observar, entendre, preveure i facilitar la presa de decisions a diferents escales. Això és fonamental per a destinacions, empreses, comunitats, gestors i, fins i tot, turistes.

En definitiva, les dinàmiques provocades per la pandèmia l'any 2020 pel que fa al turisme ens remetent necessàriament a interrogar-nos sobre com es pot fer política territorial des del turisme a més de fer política turística per als territoris i destinacions de Catalunya. Addicionalment, la pandèmia ha posat de manifest que cal integrar, sense demores, el turisme en les polítiques i estratègies a curt, mig i llarg termini sobre prosperitat, canvi climàtic, digitalització, desenvolupament, cultura, habitatge, treball, sostenibilitat, paisatge, planificació regional i urbana, geopolítica global i governança local. També que cal vincular la política territorial a sistemes concrets de regulacions, incentius i fiscalitat que facilitin la consecució d'objectius concrets de posicionament, creació de valor i limitació d'expectatives a fi i efecte d'ajudar a configurar territoris adaptables, resilents, sostenibles, responsables i pròspers.

3. El Turisme d'Interior i la COVID-19

Gemma Cànoves Valiente

Com a reflexió inicial, cal considerar que la pandèmia COVID-19 ha tingut i està tenint intenses repercussions en el sector del turisme. La dimensió internacional de la pandèmia no escapa a cap país. Tal i com indiquen les dades, la caiguda del PIB en el turisme ha estat molt notable. Si a Espanya el PIB turístic era un 12 % al 2019, al 2020 es va situar en un 4,3 %. Això implica destacades pèrdues en llocs de treball i ingressos.

La situació de limitació de la mobilitat de la població, el tancament de bona part de la restauració i de la planta hotelera ha encaminat als consumidors a destinacions més pròximes (tal i com s'evidencia en la figura 1 de Salvador Anton respecte a la variació dels preus de cases rurals), on els espais són oberts i les dimensions d'acollida dels establiments mes reduïdes. A Catalunya, hem vist com una d'aquestes repercussions ha estat el creixement de turisme d'interior i de proximitat en entorns rurals.

3.1. Consideracions i constatacions

El turisme, en destinacions d'interior, com exemplifica el turisme rural, ha resistint millor la crisi. Els allotjaments rurals a Espanya tenen a inicis del 2021 un 24 % d'ocupació, amb la previsió d'arribar al 40 % al llarg de l'any a mesura que avança la vacunació i milloren els efectes de la pandèmia (Hosteltur, 2021).

Taula 1. Oferta d'allotjament turístic a Catalunya: nombre d'establiments i de places per tipologies (2020)

	Establiments	%	Places	%
Establiments hotelers	3.077	3,2	316.080	29,1
Càmpings	352	0,3	263.381	24,3
Turisme rural	2.499	2,7	19.993	1,8
Apartaments turístics	265	0,3	14.776	1,4
Habitatges d'ús turístic (HUT)	87.054	93,4	470.388	43,4
Total	93.247	100	1.084.618	100

Font: Departament d'Empresa i Coneixement (2020)

La data de l'actualització del Registre de Turisme de Catalunya és el 31 d'agost de 2020

A nivell de Catalunya, l'oferta d'allotjaments de turisme rural no està distribuïda territorialment de manera uniforme (taula 1), i es concentra en les comarques més septentrionals (Pirineu i Prepirineu, exceptuant la Vall d'Aran i la Cerdanya, on predominen les segones residències), amb el 38 % del total d'establiments, i la Costa Brava, amb el 19 % tal como mostra la taula 2, essent també Pirineus i Costa Brava les que ofereixen un major nombre i percentatge de places.

El indicador del percentatge del grau d'ocupació en els establiments de turisme rural presenta una evolució positiva del 2020 respecte al 2019 (taula 3). A escala espanyola els allotjaments de turisme rural al juliol de 2020 ocupaven el 30,1 % de les places, un 1 % més respecte el juliol de 2019. Pel que fa a Catalunya els valors són també d'increment. Els valors d'agost de 2020 presenten una ocupació força més alta que el 2019, destacant els percentatges de places de cap de setmana, on els allotjaments de turisme rural s'ocupen en un 56,5 %, arribant per habitacions al 63,1 %. Es a dir, un de cada dos places

Taula 2. Oferta d'allotjament de turisme rural a Catalunya:
 nombre d'establiments i de places (2020)

Marca turística	Establiments	%	Places	%
Costa Brava	497	19,9	4.268	21,3
Costa Daurada	217	8,7	1.805	9,0
Paisatges de Barcelona	323	12,9	2.516	12,6
Pirineus	954	38,2	7.228	36,2
Terres de l'Ebre	138	5,5	1.046	5,2
Terres de Lleida	166	6,6	1.390	7,0
Costa Barcelona	186	7,4	1.545	7,7
Vall d'Aran	18	0,7	195	1,0
Total	2.499	100	19.993	100

Font: Departament d'Empresa i Coneixement (2020)

es va ocupar a l'agost de 2020, tal com mostra la taula 3.

Taula 3. Grau d'ocupació (%) en els establiments de turisme rural
 a l'estiu 2019 i 2020

	Juliol 2019			Agost 2019		
	Places	Places durant el cap de setmana	Per habitacions	Places	Places durant el cap de setmana	Per habitacions
Espanya	29,16	44,30	35,14	42,76	45,38	51,24
Catalunya	28,79	48,76	34,22	47,16	47,31	56,82
	Juliol 2020			Agost 2020		
Espanya	30,07	41,23	38,10	41,59	48,41	52,13
Catalunya	31,90	48,89	39,86	50,47	56,47	63,06

Font: Instituto Nacional de Estadística (2020)

En base a aquestes dades podem observar que el turisme, entès com una activitat vinculada a un desplaçament per motius d'oci, s'ha convertit per efectes de la pandèmia, en una activitat que demanda proximitat, seguretat, espais oberts i poc massificats. A mesura que les restriccions a la mobilitat entre municipis i regions han estat més limitadores això ha afavorit els desplaçaments propers a les zones de l'interior de Catalunya. Les vacances dels turistes nacionals es van limitar als desplaçaments de proximitat; per això hem vist com l'estiu de 2020, a Catalunya, es va convertir en l'estiu de les vacances de proximitat.

Aquest canvi, imposat, ha beneficiat el turisme de petita dimensió, local, i en allotjaments considerats segurs. És a dir, aquelles destinacions de proximitat, en espais poc concorreguts, tranquils i amb entorns amplis i oberts. En definitiva poc massificats.

3.2. Derivades de la pandèmia

És evident que la crisi econòmica que ha ocasionat la pandèmia té derivades molt notables en el sector turístic i serà difícil recuperar la situació de l'activitat a curt termini. Les pèrdues de llocs de treball s'han patit més que en la resta de sectors. Al mes de desembre de 2020 hi havia 728.000 treballadors afectats, dels quals 435.000 inclosos en ERTE i 293.000 acomiadats. El sector del turisme concentra el 85 % de la caiguda interanual dels afiliats, i el 56 % dels afectats per ERTE. La caiguda mitjana de treball en turisme ha estat del 38,1 %, (a 31 de desembre de 2020), mentre que a la resta de sectors la mitjana va ser del 2,5 %.

Les grans cadenes hoteleres s'han vist abocades a tancar els seus establiments, mentre els petits hotels han pogut mantenir millor l'ocupació. Al mateix temps, els turistes han confiat més en els allotjaments amb poques places. Tanmateix cal recordar que el turisme rural compatibilitza activitats i no és gens estrany trobar propietàries (un 80 % està gestionat per dones) i propietaris de cases de turisme rural, on la seva activitat està compartida amb d'altres com l'agricultura i/o el comerç. Aquesta multifuncionalitat, en situacions de crisi com aquesta, permet més cintura econòmica i resistir millor.

3.3. Oportunitats

Aquesta nova situació té pros i contres, i evidentment oportunitats de valoració de l'entorn rural interior de Catalunya. Al seu torn pot, i ha de, contribuir a un model turístic més sostenible i respectuós amb els ecosistemes dels llocs, integrat amb el teixit social de pobles i ciutats. Si la pandèmia ens pot ensenyar alguna cosa, potser és a valorar els petits plaers de caminar pel bosc, sense pressa, sense soroll, sense necessitat de desplaçar-nos a 1.000 km de distància, consumint productes del lloc, de proximitat i interactuant amb les persones de les poblacions. Potser haurem d'aprendre que el turisme "low cost" va en contra de la sostenibilitat econòmica, social i mediambiental.

Aquesta pandèmia ens ha evidenciat que la mobilitat és molt fràgil i que no era necessari viatjar lluny per passar unes bones vacances. Ens ha mostrat que darrera del "low cost" hi ha una economia basada en els baixos salaris i que l'allotjament d'Airbnb, segurament no afavoreix als propietaris locals, sinó a empreses que tenen la seu fora del lloc on s'oferta l'allotjament, o que si comprem productes del mercat local afavorim l'agricultura o l'activitat primària de proximitat.

L'etapa postcovid, que arribarà, pot ser una bona oportunitat per valorar i afavorir els espais pròxims i locals, pel redescobriment del propi país i d'un turisme més sostenible. No cal viatjar a l'altra punta del món per tenir experiències

agradables. Potser per responsabilitat social, econòmica i mediambiental haurem de pensar, durant uns anys, en promocionar la restauració de Catalunya, el teixit social vinculat al turisme i reclamar al sector una revaloració dels salaris, per ajudar a sortir de la crisi econòmica. Potser valdria la pena pensar en, com ja estan fent d'altres països, encunyar la frase de “Visita el teu país” i fer com a mínim un viatge local, un de nacional i un internacional, el que ajudaria a dinamitzar l'economia del turisme local.

Potser no es guanyin tants diners amb aquestes pràctiques “slow” i “soft live”, però segur que davant de situacions de pandèmia, com la que hem i estem vivint, tenim moltes més possibilitats de millorar les nostres vivències turístiques. Molts països ja apunten a que després de la pandèmia el turisme haurà de ser més respectuós i orientar les seves ofertes cap a viatges més lents, afavorint ofertes que potenciïn estades més llargues en un lloc, fomentant que l'experiència viatgera tingui més contingut, més implicació local, i fins i tot es proposen sistemes que gravin les estades més reduïdes i afavoreixin romandre més temps en un mateix lloc.

Les polítiques de reorientació del turisme a Catalunya hauran d'anar a favor de mitigar les conseqüències de la crisi postcovid, i potser cal apostar per un decreixement en els llocs massificats i per un reordenament en els llocs escassament potenciats. És en definitiva un procés de repensar el model, no només amb els paràmetres ciutat, sol i platja i espais interiors, sinó en la seva globalitat territorial, convivint grans, mitjanes i petites entitats vinculades al turisme. Hauríem de superar la dicotomia creada entre grans grups turístics, amb forts interessos especulatius, enfront al turisme local i de proximitat. I tendir a una distribució més justa dels ingressos, que aposti més per la qualitat que per la quantitat.

El turisme és una activitat, que permeabilitza el territori i afecta a bona part de les activitats que s'hi desenvolupen, per tant s'ha de planificar en clau global i local. No és sostenible que l'activitat turística no preservi el patrimoni, no ho és tampoc que atomitzi la vida dels ciutadans dels espais urbans, ni tampoc que envaeixi espais naturals, conseqüència de la massificació i pressió de la ciutat. Hem vist els efectes de la necessitat que la població ha experimentat per sortir al camp després dels confinaments. La pandèmia ens brinda oportunitats per repensar els models turístics que volem per al futur. Segurament és més fàcil pensar en el que no volem i que ens ha mostrat la pandèmia. No hauríem de tornar al model Barcelona Low Cost, que ha posat en evidència l'error de convertir el centre de la ciutat en un espai orientat al turista i no al resident. Un espai buit de contingut local i amb una excessiva turisticació i artificialització. No hauríem d'oblidar que els espais naturals, els espais a l'aire lliure, són llocs fràgils i han de ser preservats i conservats, i que la massificació i la pressió sobre àrees vulnerables mediambientalment, pot implicar una greu pèrdua de la biodiversitat.

En definitiva, el turisme ha de ser sostenible als tres nivells, el social, l'econòmic i el mediambiental. Potser això impliqui ser conscients de la importància

del sector, amb uns paràmetres molt menys depredadors, amb una visió a llarg termini i, per què no, amb una major consciència limitadora del creixement descontrolat.

4. Reflexions sobre Catalunya com a destinació turística en un món postpandèmia

Francesc López Palomeque

4.1. Qüestions preliminars

a) La situació de pandèmia ha generat moltes incerteses i un futur amb molts interrogants. En aquesta situació, “temporal”, “conjuntural”, existeix una gran dificultat alhora de fer un exercici de previsió i de disseny d’escenaris futurs.

b) Catalunya és una destinació turística construïda històricament, que ha evolucionat, una realitat que presenta unes determinades característiques, un determinat dinamisme, i que continuarà evolucionant. Cap a on evolucionarà? Els interrogants es mantenen, però aquesta realitat turística no ha desaparegut, està parcialment en *stand-by* per la pandèmia.

c) La perspectiva temporal en aquest exercici de reflexió, sobre “Catalunya com a destinació turística en un món post pandèmia”, condueix a considerar tres etapes de referència: 1) l’etapa pre-COVID-19; 2) l’etapa COVID-19 (en la que estem instal·lats); i 3) l’etapa post-COVID-19. L’anàlisi de cadascuna de les etapes pot conduir a escriure llibres i llibres. La reflexió, en aquesta ocasió, es focalitza principalment sobre l’etapa post-COVID-19.

4.2. Consideracions sobre l’etapa post-COVID-19

L’etapa post-COVID-19 és futur, i el futur és incert. Com a aproximació es plantegen algunes preguntes i es donen possibles respostes que ens apropen a allò que pot ser l’escenari futur.

a) Quan comença l’etapa post-COVID-19? La resposta està molt condicionada i algunes hipòtesis són:

1. Quan estigui resolta-superada la crisi sanitària (generalització de la vacuna; escenari de lliure mobilitat). Però el virus continuarà.
2. Quan estigui resolta-superada la crisi econòmica (realitat complexa, guanyadors-perdedor, increment de les desigualtats...). Es diu que la crisi econòmica i social serà llarga i durarà anys. La primera fase de l’etapa post-COVID-19 serà un escenari de crisi.
3. Serà un procés gradual, de transicions. No es poden considerar perioditzacions absolutes, es donarà una convivència del preexistent (el vell) i el nou,

amb processos lents, més del que es voldria i es preveia al començament de la crisi sanitària.

b) Com serà l'etapa post-COVID-19? (com serà la realitat del futur, la nova "realitat", els escenaris imaginats, ...). Centrem l'interès en tres idees: 1) es parla d'un món diferent; 2) es parla d'un nou turisme; i 3) ens preguntem com serà el turisme a Catalunya en un món post pandèmia. Al llarg de 2020 s'han dit moltes coses, s'han construït discursos sobre el futur per part d'opïnadors, articulistes, intel·lectuals, comunitat científica... Informació abundant i continuada (sobreinformatió) en els mitjans de comunicació sobre l'evolució del turisme a l'escenari COVID-19 i els futurs de l'etapa post-COVID-19; una informació canviant, segons l'evolució de les onades de la pandèmia, i que en la major part de les ocasions han estat opinions.

c) Quins seran els nous principis o condicions pel desplegament del turisme en el futur? De tot allò que s'ha dit i s'ha escrit es poden identificar al menys tres "esses" imprescindibles en el procés de construcció i caracterització del nou turisme, com a condicions del turisme futur: *smart*, *sostenibilitat* i *seguretat*. Per *smart* s'entén la intel·ligència que inclou la innovació, la societat de les plataformes..., la digitalització (de comunitats amb relacions cada vegada més intenses entre los productors dels serveis –i tota la cadena de valor– i els viatgers). Per *sostenibilitat* s'entén la cerca i necessitat del nou model-paradigma sostenible; el món verd, digital, diversificat en la vessant econòmica, multi sectors; territoris no dependents (del turisme), destinacions 'slow' (menys agressiu i menys depredador del medi ambient) i 'small' (d'espais i construccions més petites i menys intensius); turisme d'experiències menys multitudinàries i més íntimes; entre d'altres. Per *seguretat* s'entén seguretat sanitària, de mobilitat..., en tots els àmbits per aconseguir confiança, que serà clau per a la mobilitat i els desplaçaments turístics.

4.3. Reflexió sobre els factors i principis que regiran el turisme després de la COVID-19

La situació actual evidencia el caràcter transversal del turisme: el turisme o l'absència de turisme afecta tots els sectors i a tots els territoris, amb els seus impactes positius i amb els seus impactes negatius. La situació actual evidencia el caràcter internacional del turisme: interdependència entre territoris i sectors econòmics, globalització.

La situació de greu crisi sanitària i econòmica ha induït l'aparició d'una nova mirada al model econòmic i al model turístic; una mirada de reflexió i revisió, obligada en l'entorn científic, institucional i empresarial, que en part recullen els mitjans de comunicació. La nova mirada al model turístic general –i en particular al turisme català– se suma en realitat a les veus crítiques que en l'escenari pre-COVID-19 denunciaven els excessos del model imperant i les seves disfuncions territorials i socials. I, entre les propostes, es fa referència

a escenaris futurs i a estratègies de diversificació econòmica (evitar la dependència), de diversificació productiva d'empreses i territoris (riscos de l'excessiva especialització productiva, dependència, monocultiu...).

En aquest context, la reflexió sobre el futur del turisme, sobre l'evolució de Catalunya com a destinació turística passa, implícitament, per revisar els factors que han fonamentat el desenvolupament geo-històric del turisme; per preguntar-se sobre el seu significat a l'escenari COVID-19, sobre la seva vigència a l'escenari post-COVID-19 i sobre les seves manifestacions que, finalment, condicionaran el futur del turisme i les seves formes. Els factors estructurals de l'origen i desenvolupament del turisme són quatre, en un primer nivell d'anàlisi, que a continuació s'identifiquen:

1. La conquesta del temps per dedicar-lo a activitats d'oci i turisme. Sense disponibilitat de temps no hi haurà turisme. Les condicions de l'escenari post-COVID-19 podran assegurar la disponibilitat de temps?
2. La conquesta de l'espai: explosió de la mobilitat espacial i de l'accés a la informació. Sense la possibilitat de moure's, de la mobilitat espacial que coneixem i de l'accés a la informació, no hi haurà turisme. Les condicions de l'escenari post-COVID-19 podran assegurar la possibilitat de moure's, la mobilitat espacial necessària per fer el viatge turístic?
3. Disponibilitat de rendes i capacitat de consum turístic (increment de rendes familiars i del nivell de vida de la població). Sense la disponibilitat de rendes i capacitat de consum turístic (increment de rendes familiars i del nivell de vida de la població) no hi haurà turisme. Les condicions de l'escenari post-COVID-19 podran assegurar la disponibilitat de rendes i la capacitat de consum turístic?
4. La conversió de les vacances i del viatge turístic en necessitat bàsica dels ciutadans. Sense la continuïtat i vigència de les vacances i del viatge turístic com a necessitat bàsica dels ciutadans, com a component estructural del modo de vida (d'amplis grups socials, de la classe mitjana,...) no hi haurà turisme. Les condicions de l'escenari post-COVID-19 podran assegurar la concepció del viatge turístic com necessitat bàsica?

Les respostes a les preguntes formulades condueixen a valorar i reflexionar sobre el turisme futur. Els quatre factors són necessaris, imprescindibles, però les realitats no han de correspondre a respostes absolutes; les realitats són i seran "relatives", amb gradacions de situacions (afectació a tota la societat, a una part de la societat, a un determinat número de països, etc.). Si els factors indicats no són vigents en el futur les activitats turístiques restaran disminuïdes, de manera gradual i proporcional a la limitació de cada factor específic dels quatre assenyalats. Cal afegir que, tot entenen els factors assenyalats com a necessaris, aquests no són suficients davant la necessitat de canvi del context general i del paradigma del turisme, que com ja s'ha dit es fonamentarà en els

principis i condicions que regiran el turisme futur, les seves manifestacions i formes: *smart*, sostenibilitat i seguretat.

4.4. Catalunya, adaptació a l'escenari previsible: Catalunya, destinació turística sostenible

En l'etapa post-COVID-19 (l'escenari de la “nova realitat”) es donaran, al menys, tres fets que tindran efectes restrictius i que condicionaran el nou escenari i la “nova realitat” en general i, en concret, determinaran les activitats turístiques i les seves característiques:

- a) Una transició de la crisi sanitària. La COVID-19 podrà estar controlada però no desapareixerà; a, més, es mantindrà el risc de possible arribada d'altres virus.
- b) Una persistència de la crisi econòmica i social. Tot i que la crisi sanitària pugui estar controlada, hi ha consens en la previsió d'una prolongació de la crisi econòmica i social, durant anys, la qual cosa afectarà al sistema econòmic – model econòmic, essent el turisme un dels sectors més exposats i vulnerables (cal pensar en la seva dependència de la disponibilitat de rendes de la població o en la possibilitat de l'afectació a la seva mobilitat espacial).
- c) Un destacat protagonisme de les estructures econòmiques i socials preexistents en la etapa pre-COVID-19 i en l'etapa de pandèmia. Aquest protagonisme es manifestarà en una doble orientació: a) la defensa dels seus interessos (del model econòmic i social preexistents), fer que constituirà un factor de fre o retard del canvis que es pronostiquen (previsibles, desitjables); i b) l'adopció d'estratègies d'adaptació al “nou model” en construcció.

Si es canvia d'escala i es posa el focus a Catalunya, caldrà afirmar que l'evolució turística de Catalunya estarà determinada, en primer terme, per la seva pertinença a un escenari d'escala superior, internacional i interrelacionat, que ha estat predibuixat en les consideracions assenyalades; i, en segon terme, per la dinàmica del turisme interior (no es pot menystenir aquest fet) en un context molt exposat a posicions proteccionistes dels països, i això porta a posar l'atenció en l'anomenat “turisme de proximitat”.

Catalunya s'adaptarà a l'escenari previsible, i la seva continuïtat com a destinació turística i la seva vitalitat passa per dues coordenades: a) el grau de vigència dels quatre factors bàsics implícits en l'origen del turisme, al marge de les seves intensitats i gradacions dins el marc general; b) que la gestió del turisme (pública i privada) adopti els principis de les tres essences, sobre els quals hi ha un cert consens com a referències ineludibles del “nou turisme”: *smart*, sostenibilitat i seguretat. Catalunya continuarà essent una destinació turística destacada en el marc de la “nova realitat”. En aquests moments persisteixen els interrogants sobre quins seran, finalment, els factors determinants del fenomen turístic i del disseny dels

models turístics possibles; i sobre quines formes de turisme canviaran i/o quines es crearan de nou. El que si se sap és que el ritme dels processos serà més lent del que s'havia previst i d'allò que és desitjable, tot i les diverses tendències específiques.

5. Reflexions finals

Antònia Casellas

Seguint una tendència global, a finals del 2021, el turisme a Catalunya sembla recuperar-se i, tot i que la COVID segueix present, es donen dinàmiques de creixement que ens poden fer pensar en el retorn a una “nova normalitat”, és a dir, al model de turisme que s'ha anat consolidant al llarg dels anys. Malgrat aquesta tendència, la pandèmia ha obert una finestra d'oportunitat per replantejar estratègies i, en aquest context, cal preguntar-nos si és realment el model de turisme que domina a Catalunya el que es necessita en un context d'accelerat canvi climàtic, creixents desigualtats socials i ràpida revolució tecnològica.

Les contribucions de Salvador Anton Clavé, Gemma Cànoves Valiente i Francesc López Palomeque ens aporten claus interpretatives per concloure que el turisme com a estratègia de creixement econòmic a Catalunya necessita replantejar-se objectius, polítiques i estratègies per adaptar-se als reptes que la COVID-19 ha accelerat.

La pandèmia ha tingut nombrosos efectes negatius, però ha posat en evidència que és possible que es doni un fenomen que creïem era impossible que succeís. Tal com apunta Bruno Latour (2020), la COVID-19 ha fet evident que és possible aturar a escala mundial el nostre model de sistema econòmic. Un sistema econòmic que se'ns assegurava que era totalment impossible, no ja d'aturar, sinó tan sols de fer-lo anar més lent o redirigir-lo. Tots podem recordar com, per exemple, s'afirmava des de diferents mitjans de comunicació, i àmbits econòmics i polítics, que una vaga d'un parell de dies dels controladors aeris feia trontollar l'economia d'un país. Enfront aquesta narrativa, la pandèmia ha posat en evidència que es pot parar el sistema econòmic mundial durant mesos sense que es produeixi un col·lapse. El que si ha fet és incrementar les desigualtats que ja existien.

Enfront de les evidències d'un deteriorament socioeconòmic generalitzat, podem argumentar que la crisi sanitària que ha generat la COVID-19 és només una manifestació més d'una crisi ecològica, econòmica i social de majors dimensions a escala mundial dins la qual, indiscutiblement, Catalunya es troba immersa. Per això també, i com apunta Salvador Anton, cal una nova visió sobre el sentit, la centralitat i el paper de l'activitat turística a Catalunya i una renovada planificació territorial del turisme que tingui en consideració noves fonts d'informació i variables que vagin molt més enllà de les estadístiques habituals sobre demanda, ocupació o producció agregada. Com Anton asse-

nyala, calen estratègies a curt, mitjà i llarg termini que integrin el turisme en polítiques mediambientals, de canvi climàtic, digitalització, cultura, habitatge, treball, sostenibilitat, paisatge, planificació regional i urbana, geopolítica global i governança local.

Cal que el turisme deixi de ser una indústria extractiva, en la mesura que massa sovint *commodifica* i consumeix territoris. Com defensa Gemma Cànoves, cal que tingui un creixement controlat i es mostri respectuós amb el territori i la seva població, orientant les ofertes turístiques cap a estades més llargues, més lentes, fomentant una l'experiència viatgera amb més contingut i més implicació local. El turisme del futur, com apunta Francesc López Palomeque, ha de ser un turisme més intel·ligent en la mesura que inclogui innovació tecnològica, i més sostenible a partir d'un nou paradigma d'economia més diversificada i ecològica de la qual ha de formar part però sense ser-ne l'únic component; d'escala més petita, menys intensiva i més segura.

Adaptant algunes de les preguntes que formulava Bruno Latour sobre el nostre model econòmic al cas específic del turisme a Catalunya, des de l'àmbit acadèmic, econòmic i social hauríem de reflexionar sobre el que volem fomentar i també el que voldríem que desapareixi-hi en el sector del turisme. Així ens podem preguntar: quines activitats vinculades al turisme que van desaparèixer amb el confinament per la COVID-19 desitjaríem que no es tornessin a manifestar? I per què les considerem nocives, perilloses, supèrflues o incoherents? Quines mesures podem implementar per tal que els treballadors, empresaris i altres agents involucrats en elles puguin transitar cap a altres activitats? Quines activitats no vinculades ara al turisme es podrien incentivar? I per què les considerem positives pels territoris, la seva població i els visitants? Quin tipus de mesures s'haurien de fomentar per ajudar als treballadors, empresaris, i altres agents del territori a adquirir capacitats, mitjans, finançament i instruments per desenvolupar, per crear aquestes noves activitats? Els reptes del turisme a Catalunya requereixen d'un canvi de paradigma que passa per una innovació que va molt més enllà de l'esfera tècnica per situar-se en l'àmbit social, ètic i organitzatiu (Casellas i Poli, 2013), en un replantejament en la seva producció i el seu consum. Un repte de futur en el que la Geografia hi ha de jugar un paper clau.

Bibliografia

- ANTON CLAVÉ, Salvador (2020). *Càpsula d'opinió COVID-19. Territori i Turisme*. Col·legi d'Economistes de Catalunya. <https://www.youtube.com/watch?v=qH9o4t0fTj8>
- (2021). “Perspectives sobre el paper del turisme a Catalunya.” *Revista Econòmica de Catalunya*, núm. 83, p. 76-82.
- CASELLAS, Antònia; CORRADO POLI (2013). “Planificació urbana i innovació: de la tecnologia i la pràctica professional a la innovació social i política”. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, núm. 59 (3), p. 435-54.

- DEPARTAMENT D'EMPRESA I CONEIXEMENT (2020). http://empresa.gencat.cat/ca/treb_ambits_actuacio/turisme/
- DURO MORENO, Juan Antonio (2020). *Resiliència de la demanda turística estiu 2020: Síntesi i visió territorial*. Tortosa: Càtedra d'Economia Local i Regional, Universitat Rovira i Virgili.
- GÖSSLING, Stefan; Daniel SCOTT; Michael HALL (2020). "Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19", *Journal of Sustainable Tourism*, núm. 29:1, p. 1-20. DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708
- HAIGNEY, Sophie (2021). "Are We Ready for the Return of Mass Tourism?". *The New Republic*. <https://newrepublic.com/article/161627/ready-return-mass-tourism>
- HALL, C. Michael (2019). "Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, núm. 27:7, p. 1044-1060.
- HOSTELTUR (2021). <https://www.hosteltur.com/tag/foro-hosteltur-2021>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2020). <https://www.ine.es/>
- LATOURE, Bruno (2020). AOC on 29th March 2020. <https://aoc.medialopinion/2020/03/29/imaginerles-gestes-barrieres-contre-le-retour-a-la-production-davant-crise/>
- NIEWIADOMSKI, Piotr (2020). "COVID-19: from temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism?" *Tourism Geographies*, núm. 22:3, p. 651-656.
- PITARCH-GARRIDO, M.Dolores (2020). "Turismo y vulnerabilidad territorial: capacidad de resiliencia de los diferentes modelos turísticos frente a la crisis pandémica del coronavirus en España." dins: Moisés SIMANCAS; Raúl HERNÁNDEZ; Noemí PADRÓN (ed.) *Turismo pos-COVID-19. Reflexiones, retos y oportunidades*. La Laguna: Catedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel, Universidad de La Laguna, p.211-223.
- SANZ IBÁÑEZ, Cinta; Salvador ANTON CLAVÉ (2014). "The evolution of destinations. An integrated evolutionary and relational Economic Geography approach." *Tourism Geographies*, núm. 16 (4), p. 563-579.