



**VOLVERÁN LOS TURISTAS: TURISMO Y PANDEMIA**

**TURISTAS VOLTARÃO: TURISMO E PANDEMIA**

**TOURISTS WILL RETURN: TOURISM AND PANDEMIC**

María Elisa Paz

Universidad Nacional de Jujuy, Jujuy-Argentina  
[mepaz@fhyics.unju.edu.ar](mailto:mepaz@fhyics.unju.edu.ar)

Ariel Rodolfo Rivero

Universidad Nacional de Jujuy, Jujuy-Argentina  
[arielantropo@gmail.com](mailto:arielantropo@gmail.com)

**Resumen**

Este trabajo tiene como finalidad analizar antropológicamente el impacto del COVID-19 en la actividad turística de la región de la Quebrada de Humahuaca, Jujuy, Argentina. El texto se centra en el inicio de la pandemia en el 2020 y cómo se trató de mantener a flote la industria turística en los meses siguientes en toda la provincia.

Durante los primeros cuarenta y cinco días de la pandemia en Argentina, particularmente en Jujuy, la industria turística se transformó en el sector más golpeado de la economía. El cierre de las fronteras externas (internacionales), internas (nacionales) y locales paralizaron totalmente la actividad. Muchos destinos turísticos vieron desaparecer el movimiento de turistas, hoteles, restaurantes, cafés, boliches, boutiques, shoppings cerraron sus puertas por tiempo indeterminado cuando se decretó el aislamiento social, preventivo y obligatorio.

El nuevo escenario de inmovilidad obligó a replantear el futuro del turismo a nivel mundial. La pandemia vino a cambiar las prácticas turísticas; distanciamiento social, fronteras cerradas, aislamiento, etc., son opuestas al turismo y su dinámica.

Durante los meses de pandemia se desarrollaron diferentes propuestas para que el sector pueda generar ingresos como; turismo interno o provincial, el cual duró muy poco por la circulación comunitaria del virus. Esto llevó al turismo a una crisis extendida, cercenando cualquier posibilidad de reactivación mientras dure la pandemia.

Muchas preguntas surgen hacia el futuro, en un horizonte que se presenta incierto y que amenaza cambiar las prácticas sociales en general y la industria del turismo en particular, para una provincia que ha trabajado durante muchos años para posicionarse como destino turístico y que además depende de dicha actividad para producir desarrollo local, la pandemia representa no solo un problema de salud, sino también se transforma en problema económico.

**Palabras Claves:** Turismo, Pandemia, desarrollo sustentable, COVID-19, Quebrada de Humahuaca.



## Resumo

O objetivo deste trabalho é analisar antropologicamente o impacto do COVID-19 na atividade turística na região do riacho Humahuaca, Jujuy, Argentina. O texto enfatiza o início da pandemia em 2020 e como se tentou manter a atividade turística não só nesta região, mas em toda a província.

Durante os primeiros quarenta e cinco dias de pandemia na Argentina, particularmente em Jujuy, a indústria do turismo tornou-se o setor mais atingido, o fechamento das fronteiras externas (internacionais), internas (nacionais) e locais paralisou completamente a atividade. Muitos destinos turísticos viram o movimento de turistas desaparecer, hotéis, restaurantes, cafés, clubes, butikues, shoppings fecharam suas portas indefinidamente quando o isolamento social, preventivo e obrigatório foi declarado.

O novo cenário de imobilidade obriga a repensar o futuro do turismo mundial. A pandemia veio para mudar as práticas turísticas; distanciamento social, fronteiras fechadas, isolamento, etc., eles se opõem ao turismo e sua dinâmica.

Durante os meses da pandemia, diversas propostas foram desenvolvidas para que o setor possa gerar renda, tais como; turismo interno ou provincial, que durou muito pouco devido à circulação comunitária do vírus. Isso levou o turismo a uma crise generalizada, reduzindo qualquer possibilidade de reativação enquanto durou a pandemia.

Muitas questões surgem para o futuro num horizonte que se apresenta de forma incerta e que ameaça mudar as práticas sociais em geral e a indústria do turismo em particular, para uma província que há anos trabalha para se posicionar como destino turístico e que Depende também dessa atividade para produzir o desenvolvimento local, a pandemia representa não só um problema de saúde, mas também se torna um problema econômico.

**Palavras-chave:** Turismo, Pandemia, desenvolvimento sustentável, COVID-19, Quebrada de Humahuaca.

## Abstract

The purpose of this work is to anthropologically analyze the impact of COVID-19 on tourist activity in the region of the Humahuaca stream, Jujuy, Argentina. The text focuses on the start of the pandemic in 2020 and how it was tried to keep the tourist industry afloat not only in this region but in the entire province.

During the first forty-five days of the pandemic in Argentina, particularly in Jujuy, the tourism industry became the worst hit sector, the closing of external (international), internal (national) and local borders completely paralyzed activity. Many tourist destinations saw the movement of tourists disappear, hotels, restaurants, cafes, clubs, boutiques, shopping malls closed their doors indefinitely when the social, preventive and mandatory quarantine was declared.



The new scenario of immobility forced a rethink of the future of tourism worldwide. The pandemic came to change tourist practices; social distancing, closed borders, isolation, etc. they are opposed to tourism and its dynamics.

During the months of the pandemic, different proposals were developed so that the sector can generate income such as; internal or provincial tourism, which lasted very little due to the community circulation of the virus. This led tourism to a widespread crisis, curtailing any possibility of returning while the pandemic lasted.

Many questions arise towards the future in a horizon that is presented in an uncertain way and that threatens to change social practices in general and the tourism industry in particular, for a province that has worked for many years to position itself as a tourist destination and that It also depends on said activity to produce local development, the pandemic represents not only a health problem, but also becomes an economic problem.

**Keywords:** Tourism, Pandemic, sustainable development, COVID-19, Quebrada de Humahuaca.



### La economía atada al turismo

El mundo globalizado en el que se vive actualmente se transformó para muchos en una oportunidad para generar ingresos económicos. El turismo como actividad es un buen ejemplo en muchos países, sobre todo cuando las producciones tradicionales han perdido fuerza o desaparecido.

En el caso de la provincia de Jujuy, el esfuerzo y trabajo de los pequeños empresarios o Pymes para consolidar a la provincia como un destino turístico, a pesar de las falencias e imposibilidad del gobierno de poner en movimiento un modelo de desarrollo turístico integral<sup>1</sup> se consolidó. Esto permitió que gran parte de la población que no está dentro del denominado mercado de trabajo formal acceda a generar trabajo a través del turismo.

Los diferentes gobiernos provinciales que se sucedieron desde la declaratoria de la Quebrada de Humahuaca<sup>2</sup> como Patrimonio de la Humanidad, han reafirmado al turismo como motor de desarrollo económico, en contraste con las agroindustrias del azúcar y de tabaco, que aportan el 2,9% y el 8,4% del PBG provincial. Son actividades que requieren mano de obra intensiva de carácter estacional, especialmente en el momento de cosecha. Sin embargo, las condiciones laborales se caracterizan por la informalidad y precariedad en la contratación de personal, a lo que se suma el promedio de salario que rondaba en 2015 los \$6.162, casi un 50% por debajo del salario promedio provincial y un 32% debajo del registrado en la misma área a nivel nacional (Informe Productivo Provincial; 2016:11)

El ingenio La Esperanza, uno de los más importantes de la provincia se declaró en quiebra en el año 2000 pese al crecimiento que tuvo durante varios años, en 2015 es intervenido y administrado por el gobierno provincial. En junio de 2019, se produce la venta a favor de las empresas Productora del Noroeste S.A. y Gestión Inmobiliaria del Norte S.A.

Esto produjo que el pueblo de La Esperanza pierda la principal fuente de trabajo. Si bien la nueva empresa contrató a 600 empleados y el Estado provincial indemnizó o en su defecto empleó en la planta provincial a los aproximadamente 900 trabajadores que todavía no estaban en condiciones de jubilarse. La economía de esta zona se constriñó notablemente, dentro de los planes provinciales del actual gobierno los pilares productivos son el Turismo, la producción de energía limpia específicamente a través de la planta fotovoltaica Cauchari y la producción de Cannabis medicinal y recreativo.

La planta Cauchari le costó a la provincia 357 mil millones de pesos, inversión que se realizó con varios préstamos internacionales, igual que la producción de cannabis, los cuales todavía no están produciendo ingresos para la provincia. Sin embargo, en el caso de Cauchari se estima que la deuda contraída para la compra e instalación de los paneles solares hoy supera los mil millones de pesos.

<sup>1</sup> En otros trabajos hemos analizado las políticas de desarrollo turístico de la provincia donde profundizamos en los modelos de desarrollo y los problemas del turismo en la región.

<sup>2</sup> Sobre la patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca y sus impactos existe una extensa bibliografía de la cual se sugiere considerar los textos de Belli y Slavutsky, Troncoso, Rivero y Paz.



Las perspectivas económicas por fuera del Estado provincial están relacionadas a las economías populares o no hegemónicas<sup>3</sup>, en las cuales se concentran los pequeños productores de frutas y verduras, comerciantes denominados informales de comestibles, de ropa americana, artículos varios, entre otros.

En este contexto que no es reciente, por la historia constitutiva de las formas de producción de la provincia, son pocas las alternativas económicas reales que podrían generar oportunidades laborales, sobre todo para las zonas más alejadas a la capital. Antes de la declaratoria de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad en las regiones de Quebrada, Puna, Valle y Yunga el trabajo y las economías eran precarias.

A partir de la explosión del turismo en la región de Quebrada y después en el resto de la provincia, las economías locales de cada región comenzaron a tomar otra dinámica, posibilitando la participación de diferentes sectores como; gastronómicos, artesanos, artistas, músicos, etc, y la inclusión de muchos otros olvidados de la provincia, como es el caso de las agencias locales de turismo.

El turismo se constituyó en motor de desarrollo y en un período de diez y seis años produjo importantes ingresos económicos que posibilitaron el mejoramiento económico para gran parte de la población, en 2015 el empleo en el sector alcanzó al 2,6% del total del empleo registrado en la provincia, evidenciando un notable incremento en las pernoctaciones de turistas internacionales y nacionales, que evidenciaron un incremento superior al 65%, según el Informe Productivo Económico de 2016.

Si bien no se puede decir que toda la población vive del turismo, representa uno de los ingresos más importantes para la provincia. En el año 2019 la temporada invernal de turismo - tradicionalmente la más importante- impactó positivamente en las diferentes regiones como se puede apreciar a través de la imagen

---

<sup>3</sup> Utilizamos la categoría de economías no Hegemónicas de Gustavo Lins Ribeiro, el cual la utiliza para describir mejor la relación de desigualdad de muchas formas económicas autogestionadas por gran parte de las poblaciones latinoamericanas, en contraposición a la categoría de economía informal que no muestra una problemática socio-económica, sino que da cuenta de una desigualdad legal.

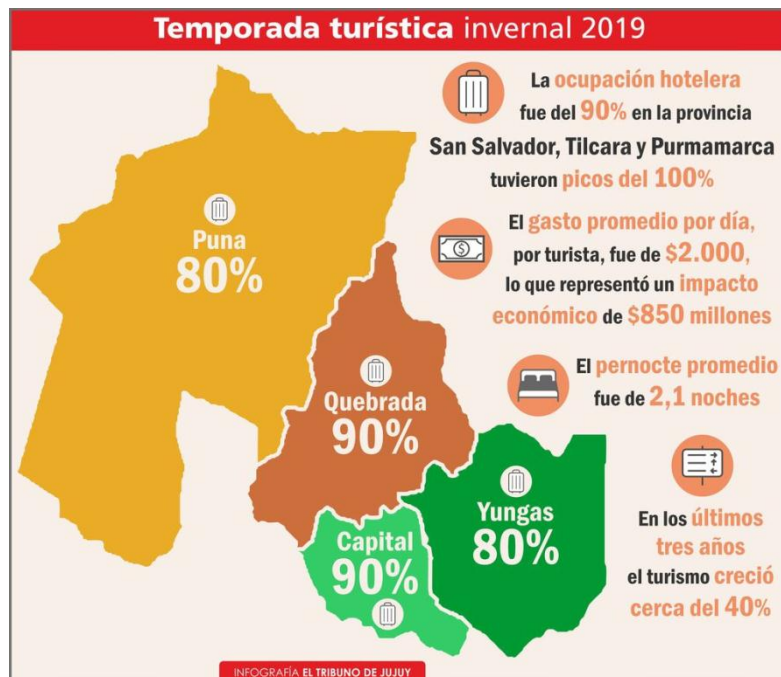


Imagen 1. Ocupación Hotelera de la provincia de Jujuy por región<sup>4</sup>

El creciente impacto sobre las economías locales muestra que el turismo estaba en un proceso de consolidación, en particular para los emprendedores de las áreas que componen el turismo como gastronomía, hotelería, transporte, agencias y guías de turismo, artistas, artesanos, músicos, entre otros.

Con pequeñas y grandes inversiones el turismo comenzaba a producir los cambios a nivel económico tan esperados por la población. La Universidad Nacional de Jujuy abrió una sede en la histórica ciudad de Humahuaca, corazón de la quebrada, para la profesionalización de recursos humanos a través de la Tecnicatura y Licenciatura en Turismo. Dentro de las propuestas académicas también surgieron como complemento del turismo; la Tecnicatura en Gastronomía Andina.

Los problemas del turismo en ese momento eran mejorar los servicios, implementar un sistema turístico que genere mejores condiciones de desarrollo y sustentabilidad para la actividad, crear propuestas estratégicas para la región que potencien sus recursos y mejoren la participación de la población. Existía una agenda amplia para contribuir a la consolidación y expansión de la oferta turística, pero que no estaba ni remotamente cerca de pensar en una crisis existencial como la que empezó a transitar como consecuencia de la pandemia provocada por el Covid-19.

A partir del 2020 la situación cambió y viró de mejorar, expandir y consolidar la actividad, a concentrar los esfuerzos en que no desaparezca el movimiento, el viaje, el ir y venir de los

<sup>4</sup> Fuente diario Tribuno digital <https://www.eltribuno.com/jujuy/nota/2019-7-29-1-0-0-la-temporada-turisticas-dejo-en-jujuy-unos-850-millones>



turistas que a partir de mediados del mes marzo se paralizó al menos hasta el mes de julio, en que se empezaron a instrumentar las primeras propuestas de reactivación.

### La necesidad de viajar

Los primeros viajeros fueron lo que conocemos en la historia como aventureros, aquellos que salían a conquistar, evangelizar, conocer nuevos territorios. En general, estos primeros viajeros además del interés personal de conocer otros espacios geográficos tenían como objetivo colectivo descubrir nuevos recursos: especies, conocimientos, minerales, etc. (Pratt; 2011: 26). A diferencia de nuestra época en la que los viajes son prácticas de descanso, distracción y ocio.

En la práctica existe un abismo que separa el presente de aquellos primeros viajes de exploración, de aventuras por ampliar y conocer la geografía terrestre. El turismo como fenómeno social le dio a la humanidad una nueva práctica y finalidad, autores como Ash y Turner sostienen que el turismo forma parte de los procesos de tecnologización del capital.

*“El turismo no es un fenómeno trivial. Es el resultado visible de la cuarta gran oleada de la tecnología, habida cuenta de que todas ellas han transformado la geografía social del mundo desde el siglo XIX. Primero fue el ferrocarril, que abrió continentes enteros al transporte de alimentos y materiales; gracias al ferrocarril fueron posibles las grandes ciudades del siglo XIX. Llegaron después los barcos de vapor, que hicieron las veces de tendones al permitir que los imperios crecieran orgánicamente y se extendiesen por todo el planeta, que tomaran cuanto desearan de sus nuevas colonias. El automóvil inició la descentralización de las naciones al proporcionar savia nueva a las ciudades mediante el desarrollo de amplios suburbios. Por último, el avión, al existir íntimamente vinculado a una creciente opulencia, ha dado lugar al nacimiento de toda una nueva tribu: la de los turistas en masa, es decir, los bárbaros de nuestra Edad del Ocio”.*

Ash y Turner, 1991: 18

La actividad turística como industria, más precisamente como industria del ocio, comienza a configurarse a mediados del siglo XX produciendo grandes cambios en las prácticas culturales a nivel mundial. Viajar se ha transformado no solo en una necesidad para cortar con la vida cotidiana, sino en una forma de vida que demanda una industria que permita desplazarse en un primer momento por el mismo país y después a nivel mundial.

Es importante considerar que el turismo como la gran industria que hoy se conoce, se fue configurando paulatinamente durante décadas, los dos momentos más representativos son la década de los 70s, con los cambios que introduce en la cultura para transformarse en una práctica global, se consolida la necesidad de viajar y el segundo momento histórico importante se da en los 90s cuando el turismo se internacionaliza.



El turismo, como fenómeno social a gran escala, el traslado de personas hacia otros países, otras culturas para recreación y ocio es mucho más reciente, incluso el desplazamiento masivo a nivel internacional que terminó de consolidar al turismo como una industria es un fenómeno que inicia hacia fines del siglo XX y que se consolida rápidamente por la globalización.

*“En muy amplias zonas del mundo es harto extraño que la población pase las vacaciones fuera de su país. El 95 por ciento de la población mundial no había cruzado una sola frontera en 1971, y únicamente el uno por ciento había viajado alguna vez en avión. Incluso en las naciones más ricas, las vacaciones en el extranjero siguen siendo una excepción: tan sólo el 15 por ciento de los británicos planearon unas vacaciones en el extranjero en 1973, mientras que solamente el cinco por ciento de la población estadounidense tiene pasaporte, y sólo el dos o el tres por ciento salió del subcontinente norteamericano en 1972”.*

Ash y Turner, 1991: 20

Transformar el ocio en una gran industria planetaria demandó la creación de un habitus de movilidad por parte de la población mundial. A partir de los noventa se vuelve accesible para gran parte de la población, a través de los paquetes turísticos pagados en cuotas para conocer diferentes destinos internacionales.

Otra característica de este nuevo turismo es descentrar como único destino a las playas y los grandes resorts. Se incorporan como nuevas plazas una diversidad de propuestas que despiertan interés en diferentes tipos de temáticas como son el turismo étnico, cultural, religioso, festivo, etc.

Los denominados países en vías de desarrollo, se incorporan a la agenda del turismo internacional con destinos exóticos que por lo general van acompañados además de espacios reconocidos por los organismos internacionales como UNESCO a través de la patrimonialización. En este sentido, el turismo como propuesta o proyecto de desarrollo modificó la vida cotidiana de muchos pobladores del tercer mundo.

En la provincia de Jujuy el turismo se transformó en una de las políticas de desarrollo más importantes de la provincia. Se trabajó durante años para consolidar la actividad, a través de la creación de infraestructura, de inversiones en recursos humanos para profesionalizar la actividad, entre otros.

Desde la patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca hace diez y seis años, el sector turístico en la provincia ha crecido exponencialmente, consolidando ofertas turísticas en todas las regiones de la provincia, así como también diferentes tipos de turismo. Lo que generó crecientes ingresos para muchos de los pobladores, transformándose en una de las actividades principales. Muchos de los pueblos de la quebrada de Humahuaca como Purmamarca, Tilcara, Humahuaca, entre otros, la capital, y algunas zonas de yungas viven de las temporadas turísticas de invierno y verano.

Las actividades secundarias del turismo como las artesanías, gastronomía, músicos, comerciantes han centrado sus energías en esta actividad. En la capital jujeña, crecieron tanto





en el centro como en los barrios hoteles, cabañas, restaurantes, etc. Incluso se suman a la propuesta turística el museo de la catedral y el paseo por el salón de la bandera donde se recrea la gesta del “Éxodo jujeño” en el Salón Blanco de la histórica casa de gobierno provincial.

Las últimas temporadas de invierno, el gobierno municipal organiza la feria de artesanos en una de las avenidas céntricas de la ciudad donde se arman dos grandes carpas con stands, donde exponen sus producciones los diferentes artesanos de la capital y del interior de la provincia.

Según un estudio realizado por la Asociación de Hoteles de Turismo en el 2018 el turismo generó un impacto económico en el PBI cuatro veces mayor al de las industrias del software, indumentaria y textil:

*“El turismo es el principal generador de empleo en Argentina, con 13,1 puestos de trabajo por cada millón de dólares que se invierte, señala el documento difundido en la Feria Internacional de Equipamiento, Productos y Servicios para la Gastronomía y Hotelería”.*

Hotelga, 2019<sup>5</sup>

En términos porcentuales y en comparación con otras industrias como gas o petróleo, el turismo recibió 900 millones de dólares de inversiones en los últimos cuatro años, un 0,6% del total, y colaboró con la creación de 11.800 puestos de trabajo, mientras que en petróleo y gas se invirtieron 63.000 millones de dólares y se generaron 27.000 puestos de trabajo.

Una de las ventajas que el turismo produce es la creación de trabajo en blanco o registrado, la hostelería tiene un 92% de formalidad en los asalariados que, comparado con el 31% que tiene la construcción o el 55% de la agricultura, denota la capacidad de generar empleo formal y que impacta en la economía real, generando también recursos para el Estado.

En términos generales, se puede observar que el turismo como actividad económica para el país en general y las provincias en particular representa una de las industrias más importantes. Según datos relevados por el Ministerio de Cultura y Turismo de la provincia, en Semana Santa de 2019 el turismo creció un 10% en relación al año 2018. “...el Secretario de Turismo Diego Valdecantos, aseguró que la ocupación hotelera promedio durante el fin de semana fue del 88% en toda la provincia, y según cada región fue del 96% en la Quebrada, 82% en Valles, 81% en San Salvador de Jujuy, y en menor medida en la Puna donde la ocupación sólo alcanzó el 76% y en las Yungas el 69%”<sup>6</sup>.

El crecimiento de la actividad turística para Jujuy y el posicionamiento como destino turístico nacional y en menor medida internacional produjo un impacto positivo en la población, sobre todo si se considera que es la única posibilidad de generar empleo genuino para una provincia que casi no posee producción, donde las producciones existentes son de tipo oligopólico y la

<sup>5</sup> Fuente: <https://misionesonline.net/2019/09/04/la-actividad-turistica-la-cuarta-generadora-divisas-pbi-argentino/>

<sup>6</sup> Fuente: <https://www.tribuno.com/jujuy/nota/2019-4-22-1-4-0-el-turismo-genero-un-impacto-economico-de-88-millones>



venta de servicios genera poco empleo. Eso, si no se consideran las falencias del turismo local con relación a conflictos, pocas oportunidades para Técnicos y guías de turismo que trabajan en condiciones precarias en toda la provincia. Sin embargo, el turismo representa una buena alternativa económica para muchos emprendedores de la región.

### **Turismo y pandemia**

Las pandemias históricas como la gripe española y la pandemia americana no tuvieron la dispersión global que tiene el COVID-19, incluso se podría decir que no son comparables a otras pandemias por los contextos históricos diferentes. Si bien la gran mayoría se trasladó de una región del mundo a otro, ni la tecnología, ni los medios de comunicación, ni el saber médico como se lo conoce hoy, estuvieron presentes en las pandemias anteriores, sobre todo porque éste tiempo se caracteriza por un flujo continuo de personas que viajan de un lugar a otro por el mundo todo el tiempo.

El mundo de las interconexiones, un tema clásico del análisis de la globalización (Wolf, 1993), no es sólo una metáfora del capital financiero o de las compañías interesadas en la diseminación de internet; es una realidad de la condición de la especie humana globalizada, en la cual los virus y bacterias se difunden a una velocidad tan grande que ponen en riesgo la propia existencia del *Homo sapiens* como especie (Lins Ribeiro; 2020: 113)

La imposibilidad de quedarse quietos, el miedo al aislamiento son dos elementos centrales que han surgido de la crisis de salud producida por el Covid-19. Este virus transformado en pandemia plantea una serie de problemas que como espacio turístico no se tuvo en cuenta; la imposibilidad de viajar.

El ocio en el aislamiento, disfrutar desde casa son consignas paradójicas para un mundo cuya principal industria es el movimiento (turismo). La realidad sometió al turismo y sus agentes de forma vertiginosa a cambios que impone la inmovilidad. En este nuevo escenario donde al principio se cerraron las fronteras internacionales y el mundo fue testigo de grandes destinos turísticos vacíos, capitales mundiales, lugares que no paraban nunca, se vieron desiertos, situación que desde la década de los 90s no había sido nunca imaginada, sobre todo cuando el turismo como industria mundial se apoderó del planeta.



Imagen 2. Nueva York marzo de 2020. Times Square, Nueva York. Foto: Cordon Press<sup>7</sup>.

Las imágenes ilustran mejor que las palabras, muchos de los destinos más importantes del mundo se transformaron en escenarios vacíos, un evento de esta magnitud a escala mundial no tiene precedentes, para la economía de muchos países esto ha producido grandes pérdidas, pero sin dudas el sector más golpeado ha sido la industria turística.

*La OMT señala que a escala mundial el 80% del sector turístico está formado por pequeñas y medianas empresas, con lo que el impacto social de la crisis será muy fuerte. El turismo supone el medio de vida para millones de familias en todo el mundo, tanto en entornos urbanos como en comunidades rurales remotas, en las que el turismo, muchas veces, es el principal motor de desarrollo económico y una herramienta valiosa para la justicia social y la protección del patrimonio y los recursos naturales”.*

García López; 2020

La pandemia cambió el juego y la dinámica de viajar, pensar en suspender vuelos, cerrar los aeropuertos, las terminales de transporte terrestre, los bares era inimaginable, pero era cierto, el mundo se detuvo.

<sup>7</sup> [Ciudades fantasma: calles vacías por el coronavirus \(nationalgeographic.com.es\)](https://www.nationalgeographic.com.es/ciudades-fantasma-calles-vacias-por-el-coronavirus)



Imagen 3. Arco del Triunfo, París Francia Foto: Cordon Press<sup>8</sup>.



Imagen 4. Plaza Navona Roma Foto: Cordon Press<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> [Ciudades fantasma: calles vacías por el coronavirus \(nationalgeographic.com.es\)](https://nationalgeographic.com.es)

<sup>9</sup> [Ciudades fantasma: calles vacías por el coronavirus \(nationalgeographic.com.es\)](https://nationalgeographic.com.es)



Imagen 5. Plaza San Pedro, El Vaticano. Foto: Cordon Press<sup>10</sup>.



Imagen 6. Puente Westminster, Londres marzo de 2020. Foto: Cordon Press<sup>11</sup>.

La nueva realidad sometió a la población mundial a la dura práctica de quedarse totalmente quieta y aislada de la interacción social presencial. Pronto se descubrió que estos paisajes ante

<sup>10</sup> [Ciudades fantasma: calles vacías por el coronavirus \(nationalgeographic.com.es\)](https://www.nationalgeographic.com.es)

<sup>11</sup> [Ciudades fantasma: calles vacías por el coronavirus \(nationalgeographic.com.es\)](https://www.nationalgeographic.com.es)



la ausencia de humanos fueron recuperados por la naturaleza, por los animales, que al contrario de las personas comenzaron a sentirse ocupar los espacios ahora vacíos.

La vida tal como se practicaba hasta principios de 2020 muy rápidamente desapareció, los primeros meses se pensaba que esta situación pronto pasaría, que no podía durar más de dos semanas. Pero conforme fueron pasando los meses, junto a una serie de restricciones en la movilidad de la población, la pandemia se transformó en la “nueva normalidad”. No salir, trabajar desde casa, ir a trabajar con barbijo, usar alcohol, desinfectar bolsas, ropa, manos, etc., se transformaron en parte de la vida cotidiana.

La falta de movilidad, el achicamiento de los territorios por encontrarse cerradas las fronteras internas e internacionales, pronto trajeron otros males, el principal de ellos, la falta de trabajo. El avance de la pandemia comenzó a golpear cada vez más a los diferentes sectores de la economía, en particular al turístico.

El cierre de aeropuertos, por lo tanto, la suspensión de los vuelos nacionales e internacionales, representó en un primer momento una medida de seguridad que impediría la dispersión rápida del virus por todo el mundo. En ese momento, los primeros meses del año, la pandemia impactaba fuertemente en Europa, el resto del mundo era testigo del contagio y muerte de miles de personas diariamente, también de la política que cada nación fue tomando para cuidar a sus poblaciones. A partir de esas experiencias que se vivían en simultáneo, muchos países latinoamericanos fueron tomando medidas preventivas en tanto otros optaron por minimizar la problemática.

En Argentina con la llegada del COVID-19 importado de Europa por turistas que volvían de sus vacaciones, se produjo rápidamente la alerta. La decisión del gobierno nacional fue la cuarentena, el aislamiento social, preventivo y obligatorio fue la primera estrategia preventiva. Así, a través del aislamiento de la población se impediría el desborde del virus y como consecuencia esto posibilitaría fortalecer el sistema de salud pública para cuando los casos fueran en aumento.

El día 20 de marzo de 2020 comenzó la cuarentena, esto produciría una serie de medidas que van desde el gobierno nacional a los gobiernos provinciales, donde cada uno iría aplicando diferentes restricciones. En la provincia de Jujuy el gobernador Gerardo Morales rápidamente cerró la frontera provincial, impidiendo la entrada y salida de la provincia. Los eventos sociales y culturales dentro de la agenda cultural y religiosa también se vieron afectados, así como también el comercio en general. Solo aquellos comercios a los que se denominaron esenciales como farmacias, supermercados, almacenes de cercanía, tiendas de telas para la confección de barbijos o tapabocas, carnicerías, panaderías, corralones, entre otras permanecieron abiertas. El resto, entre los que se incluyen restaurantes, hoteles, cafés, bares, zapaterías, boutiques, bazares, joyerías, etc. debieron cerrar.

En un primer momento las medidas parecían acertadas considerando el contexto de pandemia, pero conforme fue avanzando el tiempo y las economías se fueron deteriorando, sobre todo para aquellos comerciantes, profesionales, etc., que debieron cerrar por tiempo indefinido, pero de quienes a su vez dependen muchos empleos y que además deben seguir afrontando los gastos operativos habituales, empezaron a transitar crecientes dificultades al no generar ingresos económicos suficientes. Se puede decir que la pandemia vino a dar el golpe final a la



economía Argentina que venía de cuatro años de deterioro y que ya se encontraba sumergida en una crisis profunda.

Durante los dos primeros meses las medidas preventivas instrumentadas por el gobierno provincial en Jujuy resultaron exitosas. No existía circulación comunitaria del virus, pero la economía, sobre todo del sector turístico necesitaba oxígeno urgente. Ante la preocupación por los diferentes sectores, el gobierno dispuso una cuarentena flexible. A partir del sábado 1 de junio re-abrieron las puertas el sector gastronómico. El plan del gobierno incluiría además la posibilidad de realizar turismo interno, la propuesta la realizó el Ministerio de Turismo y Cultura de la provincia:

*“Anunciaremos un plan de turismo que va funcionar desde el 1 de junio y se va a llamar Jujuy para los jujeños”, anticipó el gobernador Gerardo Morales, quien apuntó que también se evalúa establecer un corredor con Salta y Catamarca”<sup>12</sup>*

El plan de “Jujuy para los jujeños” representó una gota de agua en el desierto para el turismo. La población local si bien tenía buena predisposición no posee el poder adquisitivo que sí tienen las provincias del centro y sur del país, dado que el salario promedio provincial está 20% por debajo de la media nacional. Por ello, las salidas se restringieron a salidas a comer en un restaurante, un paseo por la quebrada, para lo que se podía elegir un único destino. Se podía pedir permiso para ir sólo a Purmamarca, pero no a Tilcara en la misma salida, esto limitó las posibilidades reales de generar una mayor circulación económica a través del turismo.

Los complicados protocolos para el desplazamiento y las restricciones del plan de turismo interno, se constituyeron aún así en un paliativo para la actividad en medio de la pandemia que vivía el resto del país. El posible corredor entre Salta y Catamarca no prosperó debido al cierre de las fronteras interprovinciales, lo que ocasionó conflictos entre el gobernador jujeño y salteño, imposibilitando avanzar en esa posibilidad.

La circulación del virus a partir del mes de julio produjo la vuelta a la fase uno de la provincia, el retorno al aislamiento, de esa forma el turismo interno también desapareció y comenzó la verdadera crisis para el sector que no pudo retomar la actividad. Los pueblos de la quebrada, puna, valles y yungas se quedaron esperando la visita de turistas locales que reactiven la economía local, que a esas alturas se encontraba ahogada.

La realidad del turismo local, nacional e internacional, a pesar de que gran parte de Europa reabrió sus fronteras sigue siendo incierto, según la Organización de las Naciones Unidas “... al menos 320.000 millones de dólares estadounidenses perdió en los cinco primeros meses del año el turismo mundial, una industria que genera al menos uno de cada diez empleos globalmente”.<sup>13</sup>

<sup>12</sup> Fuente: [https://injujuy.info/nota-principal/jujuy-para-los-jujenos-el-sabado-9-de-mayo-se-reinicia-la-actividad-gastronomica-y-el-1-de-junio-la-provincia-reabre-el-turismo-local?utm\\_source=Campa%C3%B1as+Doppler&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Mayo](https://injujuy.info/nota-principal/jujuy-para-los-jujenos-el-sabado-9-de-mayo-se-reinicia-la-actividad-gastronomica-y-el-1-de-junio-la-provincia-reabre-el-turismo-local?utm_source=Campa%C3%B1as+Doppler&utm_medium=email&utm_campaign=Mayo)

<sup>13</sup> Fuente: <https://www.france24.com/es/econom%C3%ADa-y-tecnolog%C3%ADa/20200826-turismo-mundial-perdido-320000-millones-pandemia-covid19-onu>



La dificultad de idear nuevas alternativas a pesar de la intencionalidad por reactivar la actividad se está transformando en un problema del cual es difícil salir, porque la pandemia no tiene cura todavía, al no contar con una vacuna que permita restablecer la salud de la población. A nivel mundial el escenario de una movilidad interna como externa sigue siendo lejana.

Sin embargo, tantos años de trabajo y consolidación de la provincia como destino turístico hoy está amenazado por la falta de movimiento al que nos somete la pandemia. Como actividad global, el turismo es un movimiento que implica cruzar fronteras internacionales y nacionales, en este momento por lo menos en nuestro país es una posibilidad complicada.

Las propuestas de las cámaras de hoteleros, de turismo, de gastronómicos y el gobierno en un principio parecieron llevar un poco de tranquilidad, pero a medida que avanzan los contagios de Covid-19 en la provincia, estas desaparecen. El programa Jujuy para los jujeños fue una iniciativa que no pudo ir muy lejos en el tiempo como sostiene el presidente de la Asociación Jujeña de Agencias de Viajes y Turismo Santiago Carrillo:

*"Con el programa Jujuy para los Jujeños algo de promoción se pudo hacer, pero en la faz comercial fue prácticamente nula, no hay perspectivas alentadoras"*<sup>14</sup>

El 2020 representa un año trágico para el turismo en todas sus expresiones, sobre todo para la provincia el sector está prácticamente desapareciendo. En una entrevista al presidente de la Asociación de Turismo de Quebrada y Puna Jujeña, Matías Pemberton, dice que es "insostenible" la situación que vive el sector turístico de la zona, y advirtió sobre el cierre definitivo de muchos establecimientos hoteleros en Tilcara, San Salvador y la reconversión de locales gastronómicos a otros rubros.

El camino que están tomando los efectores del turismo es trabajar con el gobierno en una ley de emergencia para el sector. Se ha propuesto dar continuidad al turismo interno y ayudar económicamente al sector, se creó desde Nación el Fondo de Promoción Turística por parte del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación que fue anunciada en la 154 Asamblea del Consejo Federal de Turismo (CFT)

*"El FonProTur busca volver a proyectar los destinos argentinos en el mundo tras la pandemia. Es un fondo de \$45 millones, que aporta el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) y que se distribuirá equitativamente entre todas las provincias para que puedan registrar material audiovisual de sus principales destinos. Este material será utilizado por el Ministerio de Turismo y Deportes y el Inprotur para sumar acciones que fortalezcan las*

<sup>14</sup> Fuente: [https://www.clarin.com/viajes/coronavirus-turismo-situacion-quebrada-humahuaca-insostenible-\\_0\\_m5MWZY6xl.html](https://www.clarin.com/viajes/coronavirus-turismo-situacion-quebrada-humahuaca-insostenible-_0_m5MWZY6xl.html)





*estrategias de promoción internacional de Argentina y mostrar nuestros destinos turísticos al mundo”<sup>15</sup>.*

### **Cambio de *habitus*: turismo local, turismo interno.**

Las nuevas propuestas tanto nacionales como provinciales siguen girando alrededor del turismo interno como la forma de activar el turismo a corto plazo, al menos hasta que exista una vacuna y hasta tanto los viajes como la recepción de turistas sea segura, sobre todo para el turismo nacional e internacional.

Si bien la propuesta “Jujuy para los jujeños”, ha sido una experiencia importante para los prestadores de servicios turísticos, porque se pudo poner en práctica los protocolos de seguridad, en términos económicos no fue tan bueno, porque el turismo interno no tiene la misma dinámica de consumo como señala el presidente de la Asociación de Turismo de Quebrada y Puna Jujeña: “*Jujuy es una provincia con poca población como para pensar que el turismo interno puede mover una actividad que recibe 20 veces más de gente por año*”.<sup>16</sup>

El turismo interno como estrategia solo es un paliativo que por la experiencia sólo posibilita precariedad para el sector, sin aportar una solución al desplome del turismo local. Las posibilidades en todo caso estarán condicionadas por un turismo nacional, o por lo menos regional en la medida que la pandemia así lo permita.

Desde el Ministerio de Cultura y Turismo de la provincia plantean que el trabajo de promoción de la provincia como destino turístico sigue y que se han fortalecido las acciones para cuando la pandemia pase y los turistas puedan volver. El mismo señaló además que:

*“Jujuy es un reflejo del lema de la OMT de este año, del turismo y el desarrollo rural, y va a ser el destino que brinde más seguridad y confianza al primer elegido, por lo que estamos siempre trabajando con los privados, quienes están haciendo el mayor esfuerzo para sostener la oferta”.*

Turismo Rural, turismo interno, programas de ayuda, todos son estrategias que miran el futuro sin pandemia, pero la realidad es que el turismo a nivel mundial está paralizado. Si bien en gran parte de Europa hubo una reapertura de fronteras y se busca promover y reactivar el turismo, lo cierto es que siguen existiendo restricciones para viajar, Latinoamérica no es un continente libre de COVID-19 por lo que el turismo internacional sigue estando en un horizonte lejano, lo mismo que turismo nacional, es imposible pensar que los turistas pueden llegar y permanecer 15 días en cuarentena para recién iniciar sus vacaciones.

### **Reflexiones finales**

<sup>15</sup>Fuente:[https://injujuy.info/nota-principal/ahora-12-en-rubros-turisticos-y-fondos-de-promocion-turistica-en-argentina-el-turismo-nacional-y-local-se-prepara-para-la-vuelta?utm\\_source=Campa%e3%b1as+Doppler&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Septiembre](https://injujuy.info/nota-principal/ahora-12-en-rubros-turisticos-y-fondos-de-promocion-turistica-en-argentina-el-turismo-nacional-y-local-se-prepara-para-la-vuelta?utm_source=Campa%e3%b1as+Doppler&utm_medium=email&utm_campaign=Septiembre)

<sup>16</sup> Idem anterior.



Las alternativas reales en este momento son todavía difíciles de pensar, sobre todo cuando es imposible pensar en el turismo sin turistas, en la agenda quedaron por lo menos para este año y principio del 2021 propuestas para mejorar la actividad y aplicar un modelo de turismo que se transforme en sustentable.

La pandemia expuso otra realidad sobre la forma en que viajamos, como transformamos los territorios para el ocio, el tema medio ambiental se debe agregar al desarrollo del turismo sustentable, podemos seguir pensando que ¿el turismo es una industria que no contamina? El impacto en la economía es serio, pero es hora también de replantear la relación turismo y medio ambiente.

En términos metodológicos habrá que esperar para poder responder las preguntas que nos planteamos en la interacción con los agentes del turismo de distintas zonas de la provincia, cuando la situación de aislamiento así lo permita. Eso permitirá indagar en el impacto socio-cultural para conocer; ¿qué piensan los pobladores de la Quebrada o del valle y de las otras regiones con respecto al turismo?; ¿qué sienten después de haber trabajado, invertido tiempo y dinero para desarrollar esta actividad?, nos quedan más preguntas que respuestas: ¿volverán a ser los destinos turísticos receptivos después de la pandemia?; ¿qué consecuencias evidencia cada destino turístico?; ¿estará preparada la población para vivir solo del turismo?; ¿es realmente el turismo una industria no contaminante?

La pandemia ha planteado otros desafíos en relación al turismo, nuevas preguntas que probablemente se podrán responder cuando esto pase, como problema ha interpelado a las prácticas sociales, fundamentalmente a la interacción humana, a la movilidad en el planeta, lo que produce un quiebre con las industrias del turismo.

A futuro los problemas sobre las prácticas turísticas ciertamente cambiarán, dentro de las preocupaciones no sólo se encontrarán el análisis sobre modelos de sustentabilidad, tipos de turismo, ofertas y nuevas demandas, como variable fuerte habrá que pensar en el turismo con una movilidad diferente, con restricciones y cuidados bio sanitarios que la pandemia trajo para instalarse en la realidad.

## Bibliografía

García Amilivia, G. y Munt, J., (2020). Turismo en tiempos de coronavirus. Propuestas para que el sector se prepare para renacer de las cenizas del coronavirus. *Página 12*. Disponible en: [Turismo en tiempos de coronavirus | Propuestas para que el sector se prepare para renacer de las cenizas del coronavirus | Página12 \(pagina12.com.ar\)](https://www.pagina12.com.ar/2020/07/turismo-en-tiempos-de-coronavirus-propuestas-para-que-el-sector-se-prepare-para-renacer-de-las-cenizas-del-coronavirus/).

García López, R., (2020). El tremendo impacto del Coronavirus en el Turismo. *Aprende de turismo*. Disponible en: <https://www.aprendedeturismo.org/el-tremendo-impacto-del-coronavirus-en-el-turismo/>

Lins Ribeiro, G., (2008). La globalización popular y el sistema mundial no-hegemónico. *Rev. Nueva Sociedad*, Nro. 241.



Lins Ribeiro, G., (2020). “Descotidianizar” el mundo. La pandemia como evento crítico, sus revelaciones y (re)interpretaciones. *Desacatos* 65, pp. 106-123.

Pratt, Mary Louise (2011) Ojos imperiales. Literatura de viajes y transculturación. Editorial Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.

Troncoso, C. (2008) “Valoración turística de la Quebrada de Humahuaca (Provincia de Jujuy). La conformación de una nueva forma turística y los cambios en la forma de visitar el destino”. *Revista Párrafos geográficos*.

Turner, L. y Ash, J., (1991). La Horda Dorada: El turismo internacional y la periferia del placer. Editorial Endymión, Madrid.

Wolf, Eric R. (1993) Europa y la gente sin historia. Editorial Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires



**María Elisa Paz**

Lic. En Antropología. Profesora Adjunta e investigadora de la Cátedra Antropología y Turismo de la expansión académica de El Carmen y Doctoranda en Ciencias Sociales de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, UNJu. Becaria de la Agencia de Promoción Científica y Tecnológica entre 2011 y 2015.



**Ariel Rodolfo Rivero**

Doctor en Ciencias Sociales con orientación en Historia, Lic. En Antropología, Profesor adjunto de las Cátedras Etnografía Americana y Antropología y Turismo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la UNJU, docente en la Tecnicatura de turismo de la ciudad de La Quiaca 2006-2010, Becario de la Agencia de Promoción Científica y Técnica 2009-2012.