

ES

EDITORIAL

Fuera de órbita

El turismo tiene como objetivo la construcción de mejores personas y no de mejores fortunas

Sergio Rodríguez Abitia

El hombre más rico del planeta ha hecho la excursión más cara del mundo. Dicen que el paseo, de apenas diez minutos fuera de la línea de Kármán, aquella que señala el límite del espacio, ha supuesto un pequeño paso para Jeff Bezos pero un gran paso para el turismo suborbital. El que montara el imperio Amazon sobre bases laborales y empresariales más que cuestionadas, aseguraba en su cuenta de Instagram que observar la Tierra desde fuera es “una experiencia que cambia tu relación con este planeta, con la humanidad”. Siguiendo el planteamiento de Rodríguez Abitia, vicepresidente para las Américas de la Organización Internacional de Turismo Social, lo que está por ver es si esta vivencia de gravedad cero y contemplación ultrplanetaria le hará ser mejor persona o, simplemente, le hará aún más rico.

Pero ¿dónde está el avance en términos turísticos? Bezos asegura que creó la compañía de vuelos Blue Origin con la finalidad de avanzar en la futura construcción de colonias espaciales flotantes donde poder vivir y trabajar. Puesto que la compañía rival, Virgin Galactic, se le adelantó en el empeño de fletar vuelos espaciales, él parece dispuesto a inaugurar espacios de ocio —y de negocio— para astronautas. Por lo pronto, su reciente gesta se inscribe en un contexto de crisis humanitaria excepcional, con una pandemia persistente y un cúmulo de desastres climáticos que ponen en jaque el presunto desarrollo cultural y económico del capitalismo. No pareciera entonces una prioridad comprensible incentivar los tours desorbitados de unos cuantos millonarios, a no ser que lo prioritario no sea la supervivencia del planeta sino la de su especie más depredadora.

En cualquier caso, este sueño personal auto cumplido tiene más rasgos de megalomanía que de compromiso con la sostenibilidad. En qué se traducirá todo este hipotético futuro de destinos interplanetarios aún es cosa de ciencia ficción pero estaría bien que fuéramos tomando conciencia del lenguaje con el que se presenta esa apuesta por las expediciones espaciales privadas con un claro trasfondo de explotación comercial: *competición, carrera y conquista*. Lejos de un campo semántico coherente con la ética ambiental con la que el turismo social quiere impregnar su actividad para hacerla económica, cultural y ecológicamente sostenible, esta terminología supone más bien una vuelta de tuerca a la idea del *turismo recolonizador* del que alerta el antropólogo David Laguna.¹ Ese turismo que, con base en los intereses de terceros, transforma lugares y crea servicios y productos con el único fin de complacerles.

El presente número de *Kult-ur* apuesta por revertir precisamente este modelo desde una reflexión a pie de planeta. Nadie puede ser ajeno a la advertencia que la Covid-19 ha puesto sobre la mesa: reduciremos la vulnerabilidad frente a futuras pandemias en la medida en que seamos capaces de limitar la exposición de la población a sustancias peligrosas, ya sean físicas, químicas o biológicas, que puedan estar presentes en el agua, el suelo, los alimentos, el aire y en los distintos entornos naturales. La gestión de la salud pública exige revisar los patrones de consumo y los estilos de vida que hasta ahora han sido ecológicamente insostenibles, incluyendo los hábitos de movilidad, explotación de recursos y dinámicas de relación sociocomunitarias que definen la actividad turística.

Como recogen las reflexiones de este monográfico, la tarea de reformular una industria desde los parámetros de ecodependencia de la vida humana, no es tarea sencilla. El peso de la idea de recuperación económica como motor de un progreso social y cultural que se presume independiente y superior a las necesidades del ecosistema sigue siendo dominante. A pesar de las declaraciones de las principales instituciones internacionales en pro de una agenda de

1 Laguna, David (2006). El espacio del turismo, *Alteridades*, 31 pp. 119-129.



sostenibilidad, las exigencias de revitalización de un sector especialmente castigado en estos momentos, amenazan con entorpecer la redefinición. No obstante, y ante la evidencia de que esta crisis sanitaria no se explica ni se supera sin atender a su dimensión social, económica y medioambiental, no debería haber vuelta atrás en este empeño de exigir acciones responsables en todos los ámbitos de la actividad humana.

En definitiva, si resulta imposible pensar el desarrollo humano contraponiendo sistemáticamente las necesidades de las personas y las necesidades de la naturaleza no humana, también es impensable un turismo —ya sea rural o urbano— que no integre las dimensiones de una vida comunitaria y cultural respetuosa con el medioambiente. Los procesos de turistificación llevan tiempo siendo cuestionados en la medida en que algunos de ellos se han desbordado, masificado y han manifestado una nula capacidad para planificar. Frente al riesgo de caer en una indiscriminada turismofobia, sin embargo, hay antídoto. Conciencia, responsabilidad y compromiso son condiciones para la subsistencia de la actividad turística e imperativos básicos para las políticas públicas que quieran promoverla.

Quizá sea por esta inmanente necesidad de supervivencia que nos resultan tan extraños los logros de Jeff Bezos y la apelación a un hipotético deseo universal de experimentar la grandeza del universo con vuelos de *high cost*. Será que la gravedad es tozuda y nos ancla en el suelo: no entendemos la existencia de una conciencia universal desprovista de conciencia planetaria. Sin justicia global poca trascendencia tiene que unos cuantos rivalicen por las mejores vistas en la estratosfera. Nos sumamos a la exhortación a los magnates del turismo suborbital que lanza Shannon Stirone desde las páginas de *The Atlantic*: “Multimillonarios del espacio, por favor, echad un vistazo al mundo que os rodea”.

Castelló, agosto de 2021.