



El espacio abre nuevos horizontes para un turismo de ingresos ilimitados

Se han multiplicado las producciones y creaciones del espíritu humano en todos los sectores, llegando a hacer realidad todo lo que ronda su imaginación y sus sueños. Los proyectos en el ámbito del turismo han visto abrirse perspectivas y espacios vírgenes para realizar sus ambiciones y ha utilizado sus potencialidades intelectuales y financieras para transformar en hechos todos los deseos del ser humano, en particular los ricos, los que alaban la grandeza y la superioridad, los que exageran buscando el descanso y el ocio. ¿Y por qué no?

Dios todopoderoso le ha otorgado al ser humano la razón, la inteligencia, el poder y el dinero, y ha hecho lícito el gozar de los bienes ofrecidos. Dice a este respecto: "Y en cuanto a los bienes de tu Señor, proclámalos" (sura La mañana, aleya 11). Voy a hablar del turismo de los ricos, que no representan más del 1% de los habitantes del planeta, para contar los tipos de turismo comprometido con los valores humanos e islámicos que me vinieron a la mente, dejando los tipos que se contradicen con estos valores para aquellos que los desean. Estos ricos buscan el descanso y el placer comprando por millones de dólares chalets y apartamentos en lugares turísticos mundiales, incluso comprando en más de un lugar, para pasar en ellos sus vacaciones, si su tiempo se lo permite. También se alojan en las 'suites' más ostentosas de los hoteles, en los que son exagerados el lujo y los servicios y cuyo coste está alcanzando varios miles de dólares por cada noche. En cuanto a los restaurantes, ellos eligen restaurantes elitistas, aquellos que tienen ambientes románticos o paisajes de ensueño. Y los platos que se les presentan son tanto más

caros cuanto menor es la cantidad que se les ofrece. Esta costumbre permite que los restaurantes ofrezcan más variedad, de manera que la factura suba más, pues es la que le da al restaurante y al plato consumido su categoría. Los ricos compran yates y otros medios de transporte marítimo y terrestre que valen millones de dólares, gracias a los cuales viajan gozando de todos los bienes y comodidades. También compran aviones privados para trasladarse y para su bienestar, viajan en las categorías más lujosas en aviones que reservan lugares para el descanso, llegando a ofrecer salones privados a precios altísimos, y alquilan marcas célebres de limusinas fastuosas. Para su placer, los ricos (cada uno según su preferencia) van a contemplar las competiciones deportivas, las obras de teatro y otras actividades, donde se les reservan compartimientos y lugares privilegiados. Les gusta realizar compras, sobre todo cuando están en compañía de sus familiares. Adquieren todo lo que sirve para realzar su aspecto (ropa, joyas...) y aquello que particulariza sus casas, regalos para los suyos, los amigos e incluso las personas que trabajan para ellos. Existe una pequeñísima cantidad de árabes y musulmanes que gastan su dinero en juegos de azar y clubes nocturnos, pero las informaciones sobre ellos neutralizan todas las informaciones sobre turismo, en particular las comprometidas. Es necesario alabar la pequeña cantidad de ricos que, gracias a su sentir humanitario, realizan obras de caridad con su dinero y su tiempo, aplicando en grados diferentes sus obligaciones religiosas. Algunos dan decenas de millones de dólares, incluso a expensas de su trabajo, en aras de la constitución y gestión de instituciones

benéficas, o de la participación en ellas; estas personas hallan su placer y felicidad espiritual en este tipo de obras, y es por ello también que efectúan muchos viajes a La Meca (para la Peregrinación mayor y menor), a los lugares sagrados o a los congresos y reuniones organizadas para el bien de la humanidad.

Turismo espacial

Es hora ya de entrar en el tema del artículo. A principios de este siglo XXI han aparecido nuevas perspectivas de inversión ilimitadas, que podrían multiplicar las cantidades que se gastan actualmente en los diferentes sectores del turismo que se realiza en el planeta: se trata del turismo espacial. Varias empresas internacionales han comenzado a comercializarlo, con una importante participación del sector privado. Es un turismo que se basa sobre la tecnología del espacio y se diferencia del que se practica en tierra. Y ha comenzado la competencia entre los dos, no sólo en cuanto a precios, sino en lo relativo a las ciencias y criterios para garantizar la seguridad, el descanso, la conservación del medio ambiente, así como en lo relativo a los objetivos perseguidos, perspectivas y demás elementos para el éxito de la conquista del espacio. Las empresas que ofrecen los productos necesarios para visitar el espacio han comenzado a anunciar sus viajes, a presentarse a las ferias, a ir a las agencias de viaje y a las compañías de seguros de vida, a probar ropa especial, alimentación, medios de asegurar una buena atención médica, es decir, abarcan los sectores de inversión y acción, cuyos límites sólo Dios todopoderoso conoce, que dice en su Santo Libro: "Compañía de hombres y de genios,

atravesad, si podéis, las regiones celestiales y terrestres, pero sólo podréis atravesarlas con la ayuda de una autoridad” (sura El Compasivo, aleya 33).

¿Qué es el turismo del espacio?

A continuación una breve reseña de lo que es y de las empresas que lo comercializan.

Rusia fue pionera en este terreno, al lograr su nave espacial Soyuz TM-31 abrirle las puertas del cielo, el 28 de abril de 2001, al multimillonario estadounidense Dennis Tito, el cual se ha transformado en ‘el primer turista del espacio’. El sillón en la nave espacial costó 20 millones de dólares.

Poco después de la vuelta de Tito a la tierra, después de pasar 10 días en la nave espacial internacional, emprendió el riquísimo surafricano Mark Shuttleworth otro viaje espacial, siendo así el segundo turista del espacio en la historia de la humanidad. Después de 4 años, otro multimillonario, el estadounidense Gregory Olsen ha pasado 8 días en la estación espacial internacional.

Pero el turismo espacial no se limita a los varones, ya que la turista irano-estadounidense Anousheh Ansari posee el título de ‘primera turista espacial’. Y otra vez fue la nave rusa Soyuz la que materializó el sueño de esta mujer, de ver su país de origen, Irán, desde el espacio, después de pagar, ella también, 20 millones de dólares.

Pero los sueños de los rusos van más allá. El Presidente de la empresa de construcción de naves espaciales rusas, a principios de 2007, ha anunciado su intención de construir 5 naves espaciales del tipo Klíper y ha calculado los beneficios efectivos gracias a su utilización durante 15 años en unos 7 mil millones de dólares. Este responsable ruso piensa que el mercado del turismo espacial está conociendo una evolución fulgurante, lo que exige nuevas naves espaciales en las que quepan más tripulantes. Dijo que los Soyuz rusos utilizados en la actualidad no tienen cabida para el número de asientos necesarios, porque el mercado del turismo espacial futuro se calcula en varios centenares de turistas.

La experiencia estadounidense en este ámbito se fundamenta en otra filosofía, ya que la Agencia Espacial Estadounidense (NASA) afirma que uno de sus objetivos es crear vida en el espacio externo y que necesita socios comerciales para realizar su proyecto, teniendo en consideración que su tarea fundamental es llevar a cabo investigaciones y desarrollar la

tecnología, mientras que el aspecto comercial lo aplica el sector privado.

Partiendo de estas premisas, ha creado el Premio Ansari-X (‘Ansari X-Prize’) para incentivar los viajes espaciales comerciales, siendo así la pionera de una nueva etapa del turismo espacial. El premio consiste en entregar 10 000 dólares a la primera nave espacial privada que llegue a volar sobre una órbita, lo que permitiría realizar viajes más largos que podrían ser de horas e incluso días en el espacio. Este premio ha provocado la fiebre de la competencia entre empresas privadas mundiales, siendo finalmente la fabricante estadounidense del satélite ‘Space Ship-1’ la que ha entrado en la historia al lanzar con éxito al espacio el primer satélite privado habitado el 21 de junio de 2004. La misma empresa ha renovado su experiencia y su éxito al realizar dos viajes el mismo año, ganando así el Premio Ansari-X y transformándose en la primera empresa cuyo satélite ha sido financiado por individuos.

Siguiendo el mismo camino creativo, la empresa ‘Virgin Galactic’, perteneciente al multimillonario británico Richard Branson, gestionará sus viajes turísticos al espacio el año 2009, con naves que albergarán a 8 viajeros, pagando cada uno de ellos 200 000 dólares. En la actualidad está exponiendo en el Museo de Ciencias de Londres el tipo de nave que utilizará, para atraer a los turistas, algunos de cuyos nombres han sido divulgados. Entre ellos se encuentra el hombre de negocios emiratí Ibrahim Charaf, que será el tercer piloto espacial árabe, después del príncipe saudí Sultan Ben Salman y el sirio Mohamed Faris. Ibrahim Charaf será uno de los 100 primeros pilotos espaciales que habrán realizado un viaje espacial comercial a bordo de las naves ‘Galactic’, cuyos propietarios esperan transportar a 50 000 turistas en los 10 años siguientes al comienzo del proyecto.

Europa también tiene la intención de entrar en el terreno del turismo espacial. La empresa Astrium (la unidad espacial de la empresa EADS) ha anunciado la construcción de 4 aviones propulsores de satélites, con cabida para 4 personas. Volará, llevando a bordo a los turistas del espacio, a 100 kilómetros por encima de la Tierra y permitirá vivir la experiencia de estar 3 minutos en la ingravidez y de gozar de una vista única de la forma esférica de la Tierra. Ello costará 200 000 euros y necesitará una semana de prácticas. El primer viaje espacial comenzará en 2012. A pesar de lo elevado del precio de

este viaje, no se puede comparar con los 20 millones de dólares que cobra Rusia por un solo asiento en las naves que se dirigen a la estación espacial internacional.

Por su parte, China también ha anunciado sus planes en este ámbito, afirmando su intención de construir la primera estación espacial china en los próximos 25 años, en el marco de un programa que tiene como objetivo alcanzar el nivel de Estados Unidos y Rusia. El portavoz de la Academia China de Ciencias ha confirmado que la estación será el primer paso para el turismo espacial chino.

Las intenciones espaciales árabes consisten en el anuncio realizado el sábado 18 de febrero de 2006 por el jeque Saúd Ben Sakr Al-Kassimi (príncipe heredero del Emirato de Ras al-Khaima) sobre la realización próxima de viajes turísticos al espacio a partir del Emirato de Ras al-Khaima, después de haber sido firmado un acuerdo entre éste último y la empresa ‘Space Adventures’ para construir un aeropuerto espacial en este país. El dirigente emiratí mostró su optimismo sobre el hecho de que este paso atraería a más turistas.

Todos los indicios indican la presencia de un gran mercado de este tipo de turismo. A ello alude el señor Karl Ditch, Director de la Universidad Espacial Internacional, cuando afirma que es muy posible que podamos ver cerca de 1 millón de viajeros al espacio antes de los próximos 50 años. Y un informe de la Fundación Space Business afirma que el volumen del comercio espacial alcanzará los 300 000 millones de dólares USA hacia el año 2010.

Lo realmente cierto es que las puertas del turismo espacial se nos han entreabierto en 2001 y que ahora estamos viviendo la época de la obertura total, aprovechando la economía y la tecnología actuales.

Acabaré mi artículo citando al imam Ali Ibn Abi Talib, que viene a decir que de cuatro personas con situaciones diferentes, una vivió la vida terrenal y perdió la vida eterna, otra perdió la vida terrenal pero ganó la eterna, desgraciada aquella que perdió la terrenal y la eterna, y enhorabuena a la que triunfó en las dos, ganándose la vida terrenal y la vida eterna. Hasta la vista en otros ámbitos turísticos en tierra. Mi próximo artículo tratará de las perspectivas turísticas de las personas con ingresos limitados, que representan el 99% de los habitantes del planeta.

Dios decide del éxito de todos.

A. S. SHAKIRY