



Viaje con nosotros

Travel With Us



Somos turistas, y nos fingimos viajeros. El turismo de masas solía ilustrarse con el crucero que abruma la delicada escala de los palacios venecianos, pero hoy la mejor representación del exceso es la excepcional fotografía del atasco en el Everest. Tomada el 22 de mayo en la cercanía de la cima por el alpinista Nirmal Purja, la imagen muestra la acumulación de excursionistas provistos de oxígeno y cuerdas fijas que aprovecharon el buen tiempo para hacer cumbre, algo que aquel día lograron más de doscientos. Esa semana registró diez víctimas, ninguna como resultado de accidentes, y tanto el Ministerio de Turismo nepalí como los organizadores de expediciones y los *sherpas* atribuyen las muertes al colapso de tráfico. La transformación del pasajero en crucerista degrada la experiencia del viaje y la urbanidad de las ciudades de atraque; pero la mutación del montañero en turista de altura destruye la épica de la escalada lo mismo que vidas humanas.

La última frontera del turismo, sin embargo, no se halla en el Himalaya, sino en el espacio exterior. La NASA ha anunciado el 8 de junio que usará la Estación Espacial Internacional para viajes turísticos a partir de 2020, con una estancia máxima de 30 días y una tarifa por pasajero de 50 millones de dólares, que se emplearán para financiar otras actividades de la Agencia. En esa decisión sigue la estela de la Agencia Espacial Federal Rusa, Roscosmos, que entre 2001 y 2009 alojó a siete turistas espaciales en la misma Estación, y que en 2017 hizo público el proyecto de construir en ella un nuevo módulo acondicionado como hotel de lujo, con cuatro habitaciones, baño y gimnasio. Y compitiendo con las agencias estatales, hasta veinte empresas privadas desarrollan planes de turismo espacial, entre las cuales la Virgin Galactic de Richard Branson, que opera desde su base en el Spaceport America, diseñado por Norman Foster e inaugurado en 2011.

Mientras tanto, en nuestro modesto mundo sublunar, los vuelos baratos y la motorización universal transportan a multitudes que se hacinan en los destinos mediáticos, sean ciudades monumentales o pueblos con encanto, playas soleadas o parques naturales, escenarios de series o lugares históricos. Países y regiones se disputan el flujo de visitantes y el emplazamiento de las atracciones, mientras los operadores optimizan los ingresos con *big data*, y los habitantes de las zonas devendidas turísticas contraponen los beneficios del comercio con los inconvenientes del alza de los precios inmobiliarios. Pero todos somos turistas, y resulta hipócrita lamentarse de que invadan nuestra ciudad o nuestra cima: las aglomeraciones harán inevitable la regulación, y hasta entonces conviene recordar que Venecia no es sólo la Plaza de San Marcos, que hay otros ocho miles además del Everest, y que la belleza del mundo puede hallarse en un grano de arena.

Luis Fernández-Galiano

We are tourists, and pretend being travelers. Mass tourism used to be depicted with a cruise ship overwhelming the delicate scale of Venetian palazzos, but today the best representation of excess is the exceptional photograph of a jam on the Everest. Taken on 22 May near the peak by Nirmal Purja, the image shows mountaineers equipped with oxygen taking advantage of the good weather to reach the summit, something that over 200 achieved that day. That week left ten victims, none as a result of accidents, and both *sherpas* and the Nepali Ministry of Tourism attribute the deaths to a traffic collapse. The transformation of passengers into cruise-goers debases the experience of travel and the urbanity of port cities; but the mutation of mountaineers into heights tourists destroys the epic of the climb as well as human lives.

Tourism's last frontier, however, is not the Himalayas but outer space. NASA announced on 8 June that it would open the International Space Station for private travel in 2020, with 30-day stays at a cost of 50 million USD, which will be used to finance other Agency projects. This decision follows the precedent of the Russian Federal Space Agency, Roscosmos, which had seven space tourists in the same Station between 2001 and 2009, and in 2017 launched the project of building in it a new module fit out as a luxury hotel with four bedrooms, bathroom, and gym. And competing with the state agencies, up to twenty private companies are developing space tourism projects, among them Richard Branson's Virgin Galactic, which operates from its base at Spaceport America, designed by Norman Foster and inaugurated in 2011.

Meanwhile, in our modest sublunar world, cheap flights and the universal use of cars move the crowds that cram up in popular destinations, be they monumental cities or charming villages, sunny beaches or natural parks, filming locations or historical sites. Countries and regions compete to attract visitors and to host major events, while tour operators optimize profits using big data, and people living in touristic cities counter the benefits of economic activity with the inconveniences of soaring real estate. But we are all tourists, and it is hypocritical to complain about our cities or our peaks being invaded: crowding will call for regulation, and until then we must remember that Venice exists beyond Piazza San Marco, that there are other climbable summits, and that the beauty of the world can be found in a grain of sand.