



La reconstrucción turística

Las sucesivas civilizaciones han ido construyendo monumentos que, durante miles de años, han conservado su inalterable dignidad, como fortalezas, torres, iglesias, mezquitas y demás, que respondían a sus creencias y a sus concepciones sobre ellas mismas y sobre el mundo, satisfaciendo así las necesidades de esas mismas creencias y el orgullo de sus realizaciones y victorias.

Tales construcciones no fueron planificadas para el turismo, en su significado civilizacional actual. El concepto de turismo es un concepto nuevo. Puedo asegurar que la Torre Eiffel, un símbolo de la grandeza de Francia, no fue planificado en base a consideraciones turísticas, sino que quizá su edificación se debió a consideraciones astronómicas, o radiofónicas, o estéticas, para añadir más belleza y atractivo a París. Así, todo lo que los países han construido antes de la segunda guerra mundial no fue por cálculos turísticos, es decir, el objetivo no era atraer a turistas de todo el mundo, sino satisfacer aspiraciones nacionales, patrióticas, etc. La prueba de ello es que si las edificaciones y símbolos civiles que han embellecido numerosas ciudades europeas hubiesen sido para atraer a turistas, la segunda guerra mundial no hubiese estallado, destruyendo ciudades,

habitantes y turismo. Terminada la guerra, y después de limpiar Europa los restos de la conflagración y salir cada país de su aislamiento, empezaron los desplazamientos a crecer y empezaron a aparecer conceptos turísticos y a evolucionar concretamente en el ámbito económico, a nivel mundial.

Cuando empecé mis visitas industriales a Europa, a mediados de los años 50, me inscribí en viajes turísticos y visité ciudades, iglesias y emplazamientos arqueológicos sin haberlo planificado. Vi de este modo el Vaticano, el Duomo de Milán y estatuas gigantes. Contemplé las ciudades desde el cielo. Admiré igualmente la catedral londinense de San Pablo, la Catedral de Colonia en Alemania, cementerios como el subterráneo de Roma y el de Normandía, donde fueron enterrados los soldados que participaron en la liberación de Francia. Europa ha sabido aprovechar todos sus símbolos para el turismo, sin tener en cuenta sus orígenes, incluso ha abierto las puertas de talleres industriales y de palacios reales para atraer a los turistas.

Pero Europa no se ha limitado a utilizar sus monumentos turísticos. Se puso a preparar estudios y planificaciones para establecer

“ **Los lugares santos de Arabia Saudí albergan ciertos aspectos de la vida de Mahoma con sus allegados y sus discípulos. Mantener sus tumbas es mantener la tradición islámica, sus valores de unicidad y su fe, sin contar los ingresos económicos debidos al número de visitantes de todo el mundo, cifrados en millones de personas.**

grandes proyectos para atraer a turistas locales y extranjeros. Citaré uno de ellos únicamente, a saber la decisión del ayuntamiento londinense de construir el llamado Ojo de Londres, que es un gran aro aéreo dentro del cual giran habitaciones de cristal cerradas, que parecen ruedas colgadas dando vueltas en el aire y que permiten al turista contemplar todas las partes de Londres desde lo alto. Nunca antes había yo visto tantos referentes turísticos, en número, diversidad y color, tales como este ojo, o tales como restaurantes, acuarios, barrios marinos, exposiciones fotográficas en un espacio equivalente al edificio del ayuntamiento de Londres, que da sobre el Támesis. Este ojo es visitado diariamente por más de cien mil turistas, según mis cálculos. Y entrar en él cuesta no poco, lo que le permite al ayuntamiento obtener unos ingresos importantes.

Así está la situación en Occidente. Y quizás el turismo y los viajes en Europa, después de la segunda guerra mundial, hayan realizado la construcción europea más relevante, a saber su unidad política y la unificación de su moneda. Cabe pues preguntarse: ¿Cuáles son nuestras bases turísticas y qué importancia tiene el propiciarlas en el marco de nuestras especificidades civilizacionales, religiosas y tradicionales?

Si le echamos un vistazo rápido al auge actual de la mayoría de nuestras ciudades, a las que no les faltan símbolos relevantes, veremos que casi todas han ido creciendo gracias a la presencia en ellas de un imam, de un discípulo de nuestro Profeta o de un santo patrón, visitados por gentes que llegan de todas partes para residir cerca de sus mausoleos y solicitar su bendición. Con esto, enriquecen a sus sultanes, jefes y pudientes, que a su vez construyen mezquitas y otros edificios, como medersas (escuelas) religiosas, satisfaciendo así su fe en la profecía, en los discípulos de Mahoma y en los santos patrones. Como ejemplo, tenemos las ciudades de Nayaf, Karbala, Kadhimia, Nuestra Señora Zaynab (ésta última en Damasco), El Cairo y otros lugares y ciudades. Las visitas turísticas de este tipo, o lo que llamamos hoy día "turismo religioso" está aumentando permanentemente.

En este marco, Arabia Saudí ha aderezado varios emplazamientos alrededor de la Kaaba y de la Santa Mezquita del Profeta. Ha invertido mucho en, y otorgado una gran importancia a la peregrinación, que ahora se efectúa a lo largo de todo el año. Y aún

quedan por descubrir muchos tesoros de tradición islámica en esta tierra bendita, del interés de todo musulmán. Los lugares santos de Arabia Saudí albergan ciertos aspectos de la vida de Mahoma con sus allegados y sus discípulos. Mantener sus tumbas es mantener la tradición islámica, sus valores de unicidad y su fe, sin contar los ingresos económicos debidos al número de visitantes de todo el mundo, cifrados en millones de personas.

Y ahí tenemos a Irán, que se ha puesto a invertir en el turismo religioso, interesándose por los lugares santos y por otros de interés turístico. Una sola visita a la ciudad de Mashad, que ha crecido y aumentado sus construcciones, y que es visitada por un número cada vez mayor de turistas, es una prueba irrefutable de que las inversiones en el terreno turístico tienen consecuencias muy benéficas en relación con la economía y con los valores humanos, tanto para los residentes como para los visitantes.

¿Y en Irak?

Si Dios salva a Irak de la horrible anarquía actual y si llega la paz a su territorio, se transformará en un destino turístico privilegiado a nivel mundial. Después de reconstruir las infraestructuras en todas las ciudades y satisfacer las necesidades básicas de la población, es imprescindible que las grandes inversiones se dediquen a promocionar la revolución turística, reconstruyendo los mausoleos, los lugares de peregrinación, los emplazamientos arqueológicos, las ciudades, los medios de transporte, los mejores hoteles y restaurantes, para poder recibir a millones de visitantes o turistas de los países vecinos y del mundo entero. Con ello, toda la región se transformará en un enjambre lleno de turistas.

Finalmente, las inversiones en la reconstrucción de los emplazamientos religiosos y en las necesidades del turismo religioso y familiar en nuestros países son más seguras, más benéficas y más morales para nuestro mundo terrenal y para el más allá, con la ayuda de Dios. Si bien es verdad que los países árabes y musulmanes han perdido la batalla política, deben trabajar para ganar la batalla turística, que es la madre de todas las batallas. Es lo que yo pensaba cuando saqué la revista Turismo islámico e instalé una página web, que se han transformado en un referente civilizacional elogiado por todos los que las leen o visitan. ■

A. S. Shakiry