



Turismos

Description



O maior atractivo de China é a súa natureza, a súa historia, o seu patrimonio, a súa diversidade. Nos últimos tempos, numerosos recoñecementos internacionais destacaron o inmenso valor da súa riqueza cultural. Non obstante, iso non impide agora que chinchetas e plásticos, por exemplo, “protexan” as fermosas columnas do Potala. Rigorizar o turismo, unha esixencia na que matinan as autoridades con vistas ao 2008, non só significa reprimir a economía oculta que prolifera neste sector; esixe igualmente profesionalizar o servizo, dignificar os atractivos, dar valor ás tradicións e costumes sen facer deles un espectáculo deprimente e de mal gusto. (Foto: Palacio Potala en Lasa).

Unha das grandes noticias do turismo en 2006 será a confirmación do protagonismo chin. China non soamente asenta como referencia de destino para moitos curiosos alertados polo milagre da súa transformación e a excepcionalidade da súa cultura, senón tamén pola notoria presenza no exterior de cidadáns deste país que van camiño de substituír aos nipóns coas súas máquinas fotográficas sempre dispostas a retratar canto asome diante dos seus ollos rasgados. Menos atención se presta á confirmación do turismo como sector económico en alza no plano interno, unha emerxencia que está a provocar debates e tensións importantes no propio país.

En China coexisten dous modelos turísticos. Un en pleno apoxeo, impregnado de mercantilismo a ultranza e sen escrúpulos, baseado na programación de circuitos para o consumo en masa que permiten a millóns de chinos satisfacer a estendida ansia viaxeira, un signo dos novos tempos. O outro modelo turístico, á baixa, integra a variable mercantil pero equilibrada cun tratamento máis rigoroso da súa rica cultura e paisaxe, fuxindo da venda de misteriosos lagos sen auga ou de pobos históricos en plena construción. Esa tensión concretouse recentemente coa suspensión das viaxes en tren a Tibet, por mor da simple saturación da súa capital, Lasa.

O maior atractivo de China é a súa natureza, a súa historia, o seu patrimonio, a súa diversidade. Nos últimos tempos, numerosos recoñecementos internacionais destacaron o inmenso valor da súa riqueza cultural. Non obstante, iso non impide agora que chinchetas e plásticos, por exemplo, “protexan” as fermosas columnas do Potala. Rigorizar o turismo, unha esixencia na que matinan as autoridades con vistas ao 2008, non só significa reprimir a economía oculta que prolifera neste sector; esixe igualmente profesionalizar o servizo, dignificar os atractivos, dar valor ás tradicións e costumes sen facer deles un espectáculo deprimente e de mal gusto. O modelo turístico que prolifera en China fai dela un gran supermercado no que a lóxica do beneficio pesa sobre calquera outra.

Pola vía dos feitos, este turismo estase a definir sobre a base dunha banalización da identidade, imposta polas esixencias de construír un sector económico que oriente as crecentes posibilidades de consumo interno, pero cunha perspectiva absurdamente embrutecedora e contracultural.

[Acceso ao artigo orixinal no repositorio web 1998-2012](#)

APARTADO TEMÁTICO GEOGRÁFICOS

China
and
the
Chinese
world ARCHIVE

IDIOMA

Galego

Date Created

July 31, 2006

Meta Fields

Autoria : 3717

Data publicación : 2006-07-31 00:00:00