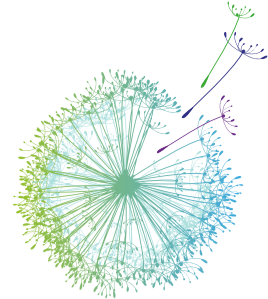


La CULTURA globalitzada



2017
ANY INTERNACIONAL
DEL TURISME SOSTENIBLE
PER AL DESENVOLUPAMENT

La cultura s'ha convertit en un dels principals reclams que mou la roda del turisme.

Aquesta activitat turística genera riquesa i contribueix a dinamitzar i a mantenir el patrimoni cultural del territori i la població que hi viu. No obstant, en ocasions la línia vermella entre l'ús i l'abús és molt prima. De fet en alguns casos, per prevenir conflictes i inconvenients envers la conservació del patrimoni, els governs, els organismes internacionals o la mateixa població han hagut d'intervenir per protegir i assegurar-ne la conservació, implementant mesures de control en el nombre de turistes o posant normes (prohibició de fer fotos, de tocar, etc.), però no sempre és així.

Sabies que...?

La Unesco treballa per protegir el patrimoni cultural i natural al món. El seu paper consisteix a ajudar a difondre el saber i a vetllar per conservar, gestionar i protegir el patrimoni material i immaterial. Aquest objectiu es troba incorporat al Conveni sobre la protecció del patrimoni mundial cultural i natural de 1972 acceptat per Andorra l'any 1996.



Rètol a Las Vegas



Times Square (Nova York)



Bol de fideus vietnamites



Mercat a la ciutat de Hong Kong

Sagrada Família, paella i sol? Casinos a Las Vegas? Un petó sota la Torre Eiffel? Cap d'Any a Times Square? Vacances de somni a les platges de Tailàndia?

El turisme, a més de ser una activitat econòmica, és un fenomen cultural. Tots tenim al cap un gran nombre de referents comuns, tant si som ciutadans d'Andorra, com de Roma, de Santiago de Xile o d'Austràlia. Això és la globalització cultural, és a dir, la generalització d'una sèrie de valors, de modes, de tòpics i d'elements icònics (personatges, marques, etc.) amb una predominança de la cultura occidental.

Causes...

Si a aquesta cultura globalitzada, que arriba cada cop a més gent, hi afegim les millores socioeconòmiques de les darreres dècades (poder adquisitiu, mitjans de transport i mobilitat, etc.), obtenim un augment del nombre de turistes que s'acumula en destinacions molt diverses: és el turisme de masses.

...i conseqüències

Com un peix que es mossega la cua, la cultura globalitzada forma part del turisme de masses i té a veure amb el nostre comportament com a turistes. Les zones turístiques s'han d'adaptar a la demanda.

Aquest és el motiu pel qual hi ha restaurants McDonalds a Vietnam o pizzerries al Perú que tenen molta demanda, en detriment d'un bon bol de pho (fideus vietnamites) o de cebiche (peix o marisc marinat típic de diversos països de la costa pacífica de Sud-amèrica).

Per saber-ne més:

UNESCO:

<http://www.unesco.org/> <http://www.unesco.ad/>

Els efectes del turisme de masses:

Documental *La síndrome de Venècia* d'Andreas Pichler (2012, 84')

Amb la patrocinació de:



Amb la col·laboració de:



Govern d'Andorra