

CRÍTICA DE L'AUTENTICITAT DEL TURISME ACTUAL

INTRODUCCIÓ

L'aparició de noves tendències del turisme que es volen allunyar de la massificació comporta la internacionalització de nous destins turístics que cada cop es troben més lluny, són més singulars i menys ordinaris; en certa manera, són més autèntics.

MARC TEÒRIC

Autenticitat

El concepte té diferents significats: veritat, inici/origen, naturalesa o únic/irrepetible.

L'autenticitat no es pot capturar ni compartir.

En contra de la massificació, el capitalisme mercantilitza nous destins que estaven fora de l'esfera turística venent-los com "autèntics" i "diferenciats".

METODOLOGIA

Revisió de la literatura acadèmica sobre el concepte d'autenticitat, tendències del turisme actual i escenificació del turisme.



Anàlisi qualitatiu de 3 blogs de viatges guanyadors dels premis IATI 2024, els "Goya de los viajes"

RESULTATS

Tot i que els blogs de viatge analitzats no fan gaire referència al concepte d'autenticitat, trobem altres adjectius i expressions que corresponen als quatre significats que tenim del concepte.

No expliquen les seves experiències personals, més aviat són guies turístiques.

El turista visita destins familiars, però buscant certa distinció al voler allunyar-se de la massificació. De vegades prefereix un turisme d'aventures que li proporcionï experiències autèntiques.

Busca l'autenticitat al *back stage* del turisme, connectant amb la naturalesa o aproximant-se a la gent local i el seu comerç.

Aquest comerç està destinat a satisfer les expectatives del turista.

Tendències turístiques

Sorgeixen noves tendències en relació a la recerca d'experiències autèntiques: turisme de distinció, turisme de fantasia i turisme extrem en els marges

Turisme escenificat

El turista creu endinsar-se en el *back stage* en busca d'una experiència autèntica, però es tracta d'una escena posterior escenificada. Conseqüentment, els destins transformen les seves cultures per presentar escenaris turístics atractius als visitants.



CONCLUSIONS

El turista modern es mou en recerca d'autenticitat

S'han identificat els diferents significats d'autenticitat.

El turista intenta arribar al *back stage*, però el que no saben és que realment es tracta d'una regió posterior escenificada.

S'ha comprovat que encara existeix la possibilitat de viure experiències autèntiques, per exemple a través del turisme extrem en els marges.

La mercantilització porta a les transformacions de les formes culturals i de comerç locals.

L'autenticitat no es pot compartir atès que desapareix en el moment de fer-ho.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES PRINCIPALS

Boltanski, Luc., & Chiapello, Eve. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo* / Luc Boltanski, Ève Chiapello. Akal.

Cohen, E. (2005). Principales tendencias en el turismo contemporaneo. *Política y Sociedad*, 42(1), 11-24.

<https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0505130011A>

MacCannell. (2003). *El Turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Melusina.

Treball de fi de Grau

Autora: Sofia BiYi Peiro de la Rocha
Tutora: Esperança Bielsa Mialet

Grau de Sociologia
Facultat de Ciències
Polítiques i Sociologia

UAB
Universitat Autònoma
de Barcelona