

El comportament dels turistes

El comportament dels visitants del Barri Vell de Girona



José Antonio
Donaire i Benito

*Doctor en Geografia
Escola Universitària
de Turisme. UdG*



Núria
Galí i Espelt

*TEAT. Llicenciada
en Humanitats
Escola Universitària
de Turisme. UdG*

Els autors fan un exhaustiu estudi sobre el comportament del turistes al Barri Vell de Girona, emprant-hi com a metodologia l'observació directa i una mostra procedent de diverses fonts estadístiques.

Els darrers anys han aparegut bon nombre de monografies, articles i publicacions que fan referència a la demanda de turisme cultural i la seva evolució. Moltes d'aquestes investigacions són fruit d'elaborades enquestes que es realitzen en bona part dels equipaments i activitats culturals d'arreu. Estudis recents, però, han demostrat les limitacions d'aquest tipus de recerca. D'una banda, perquè el nivell de detall que se'n pot obtenir és molt limitat, de manera que la informació sobre el recorregut, els temps dedicats, les actituds o les observacions no poden ser recollides. D'altra banda, els resultats obtinguts de les enquestes evidencien un comportament declarat significativament distant del real (Asensio, 1993 i 1995). Sembla evident, per tant, que l'enquesta no permet determinar de forma efectiva el comportament dels visitants en relació amb el consum del patrimoni cultural.

Per aquest motiu, han aparegut recentment una sèrie d'estudis basats en l'observació sistemàtica dels visitants, és a dir, que insisteixen en aspectes vinculats al comportament. La majoria d'experiències en aquest sentit se centren als museus, on els mitjans tècnics (càmeres audiovisuals i vigilància de les sales) permeten l'observació directa d'aquests visi-

tants. En aquesta línia, per exemple, podem esmentar els treballs realitzats per Carme Prats (1989) sobre l'exposició itinerant "Ecologia" o els de Mikel Asensio i Elena Pol al Milwaukee Museum (1995) i al Museu Marítim de Barcelona (2001). Tanmateix, aquest model d'observació del comportament no s'ha aplicat mai en una ciutat monumental, amb l'excepció dels treballs etnològics de Marc Laplante (1988), que estudiava de forma qualitativa el comportament dels visitants a la plaça Château de Frontignac de la ciutat del Quebec.

Aquest ha estat el punt de partida de l'estudi que presentem tot seguit. Guiats pels indicis metodològics proposats en aquestes investigacions, vam dissenyar una metodologia que ens permetés conèixer la manera en què els visitants s'aproximen al patrimoni de les ciutats monumentals. La idea es va materialitzar en un projecte realitzat entre el juliol de 2002 i el setembre de 2003 i aplicat al barri vell de la ciutat de Girona.

El mètode. L'observació dels visitants

La metodologia adoptada en aquest estudi es fonamenta en el seguiment dels visitants a partir



Plaça dels Apòstols de la Catedral

de l'observació directa. És a dir, s'ha observat el comportament dels turistes que accedeixen al Barri Vell de la ciutat de Girona i s'ha recollit la informació bàsica de la seva visita: itinerari, monuments visitats, actituds, temps de visita, temps de desplaçament, temps total, velocitat de recorregut, etc.

La mostra s'ha realitzat a partir de la prospecció del nombre de visitants de la ciutat utilitzant fonts tan diverses com l'Oficina d'Informació Turística, la central municipal de reserves, les observacions qualificades, o les entrades en espais de pagament. Els resultats ens han permès dissenyar una mostra de 532 casos, amb un marge d'error del 4%, un nivell de confiança del 95,5% i suposant-hi la màxima indeterminació ($p=q=0,5$). S'han recollit bàsicament tres tipus de dades: les relacionades amb els arcs (segment de carrer entre dues interseccions), les dades sobre els nodes (els atractius de la ciutat) i les vinculades als visitants.

Els carrers de la ciutat medieval. Espais visibles i invisibles

La ciutat no és un espai compacte als ulls del turista, sinó una com-

plexa xarxa de fragments més o menys connectats entre si. Aquests fragments que conformen el mosaic dels espais urbans són, segons la teoria de Grafs, els arcs.

1 Els espais visibles i els espais invisibles de Girona



Font: Elaboració pròpia



J. A. Domaire - N. Gall

Pont i Església de Sant Feliu

Cada arc representa un segment de carrer entre dues interseccions. L'arc s'acaba en el moment en què un carrer entra en contacte amb un altre. Llavors, el visitant ha d'afrontar una decisió. Per això, el recorregut d'un visitant per una ciutat és el resultat de desenes de decisions que dibuixen el camí del turista.

L'estudi del comportament dels visitants ens ha permès determinar els arcs que són visitats per la major part dels usuaris i aquells que a penes formen part dels cir-

cuits turístics; és a dir, els espais de saturació i els espais poc freqüentats de la ciutat. El resultat més rellevant és que la major part del Barri Vell és invisible als ulls dels turistes i només alguns carrers configuren una gran "autopista" per on circulen els fluxos de visitants. El consum turístic se centra, per tant, en un petit fragment del Barri Vell que és, alhora, un fragment de la ciutat. El Mapa 1 ens mostra la cartografia d'aquesta concentració de l'experiència turística.

En essència, aquesta ciutat visible configura una mena de "vuit", un

gran corredor de trànsit turístic que uneix dues peces bàsiques: l'eix patrimonial i l'eix comercial i que és la base del model turístic del Barri Vell de Girona. Aquesta relativa unanimitat pel que fa als espais del recorregut es constata també en els altres indicadors treballats: la velocitat de recorregut o les actituds dels visitants en cada arc. L'eix patrimonial està integrat per la successió d'arcs que connecten la plaça de Sant Feliu i la catedral. Per la seva banda, l'eix comercial té com a principal artèria la Rambla de la Llibertat i un recorregut complementari pel carrer Ciutadans. Aquests dos eixos estan units per dos connectors, que són el carrer de la Força (que segueix el traçat de l'antic camí romà) i el carrer Ballesteries. Entre aquests arcs es concentren la majoria de les mirades turístiques.

El contrapunt és un gran buit, unes grans àrees urbanes allunyades dels principals circuits turístics. En alguns dels arcs no hi ha transitat cap dels visitants; en altres, el nombre de recorreguts és inferior a l'1%. Aquesta *Terra Incognita* turística està integrada pel barri de Sant Pere de Galligants, el barri Gremial (delimitat entre la Rambla i Ballesteries) i l'espai sota muralles. Aquests clarsobscurs turístics (els espais saturats i els espais invisibles) demostren que les pràctiques turístiques a Girona segueixen una mena de guió preestablert, que incideix de manera decisiva en el comportament dels visitants del Barri Vell.

Els nodes del Barri Vell

Sabem que bona part de l'experiència turística a les ciutats monumentals gravita al voltant dels seus nodes. Els visitants són atrets pels elements de la ciutat que sobresurten i hi actuen com a imants. Els nodes són com una força centrípeta que capta la mira-

2 Freqüentació d'ús dels nodes de Girona

	Nodes del Barri Vell	% de visitants
1	Catedral	75,75
2	Cases de l'Onyar	39,85
3	Església de Sant Feliu	37,78
4	Passeig Arqueològic	20,30
5	Banys àrabs	20,11
6	La Lleona	17,29
7	Tresor de la catedral	14,47
8	Jardins de la Francesa	13,16
9	Alemanys i Torre Gironella	12,97
10	Bonastruc ça Porta	12,03
11	Muralles	10,34
12	Palau dels Agullana	7,33
13	Portal de Sobreportes	6,95
14	Església de Sant Martí	6,77
15	Monestir de Sant Pere Galligants	5,26
16	Sant Pere Galligants (Museu Arqueològic)	4,32
17	Convent de Sant Domènec	3,76
18	Ajuntament	3,76
19	Església de Sant Nicolau	2,82
20	Pia Almoina	2,63
21	Museu d'Art	1,50
22	Casa Pastors	1,32
23	Fontana d'Or	1,13
24	Museu d'Història de la Ciutat	0,56
25	Facultat de Lletres	0,56
26	Les Àligues	0,19
27	Monestir de Sant Daniel	0,00
28	Convent de la Mercè	0,00

Font: Elaboració pròpia

el 75,75% del total, a la majoria de nodes el nombre de visitants oscil·la entre el 0% i el 15%.

Els nodes més visitats (catedral, Cases Onyar, Sant Feliu i els banys àrabs) es corresponen amb els mateixos *sights seens* que defineixen la imatge turística de la ciutat. A més, coincideix que aquests nodes estan situats al principal circuit patrimonial del Barri Vell.

El fet que el percentatge d'ús de la major part dels nodes sigui baix o molt baix s'explica perquè Girona és una ciutat de recorregut, on l'interès rau a la mateixa ciutat. Aquesta situació es produeix de l'estructura concentrada i compacta que presenta el nucli antic.

“

Girona és una ciutat de recorregut.

”

da turística i esdevenen, així, veritables *sight seens*. Són les fites de visita obligada que condicionen de manera evident el comportament dels visitants. La conseqüència més evident d'aquest fet és que la mirada turística està, en una certa manera, domesticada. És a dir, el comportament dels visitants és cada vegada més un ritual i menys una experiència.

El primer pas en l'anàlisi dels nodes ha estat la selecció dels atractius patrimonials del Barri Vell, que s'ha fet a partir d'un estudi sobre la imatge turística de Girona. En total, s'han tingut en compte 28 nodes de molt diversa

condició, des d'edificis religiosos, edificis civils o elements de defensa, fins a parcs i jardins. A partir d'aquí s'ha procedit a la recopilació de la informació. Ens ha interessat saber, primerament el percentatge de turistes que han accedit a cada node; en segon lloc, el temps mitjà d'estada i, finalment, el nombre total de nodes visitats.

La Taula 2 recull el percentatge de visitants per cadascun dels *sight* de la ciutat. Els resultats mostren que una part important dels elements patrimonials resten invisibles a la mirada turística. De fet, llevat del cas de la catedral, que ha registrat

La segona dada obtinguda de l'estudi de nodes fa referència a la mitjana de *sights* visitats per cada turista. El resultat més important és que la mitjana d'elements patrimonials visitats és de 3,18. Per tant, tot i que els turistes tenen moltes possibilitats concentren la seva visita en uns pocs elements. Això, reforça novament la idea que Girona és sobretot una ciutat-itinerari. Si ens fixem en el Gràfic 3 veurem que el 65,59% dels turistes visiten tan sols entre un i quatre nodes; el 16,92% accedeixen a cinc o sis elements patrimonials, i només el 8,27% en visiten set o més.



Església de Sant Martí

En definitiva, les dades observades ens permeten afirmar que el model de visita turística de Girona es caracteritza pel poc ús que es fa dels diversos *sights*, i evidencia novament que l'atmosfera urbana preval sobre l'interès de les peces patrimonials.

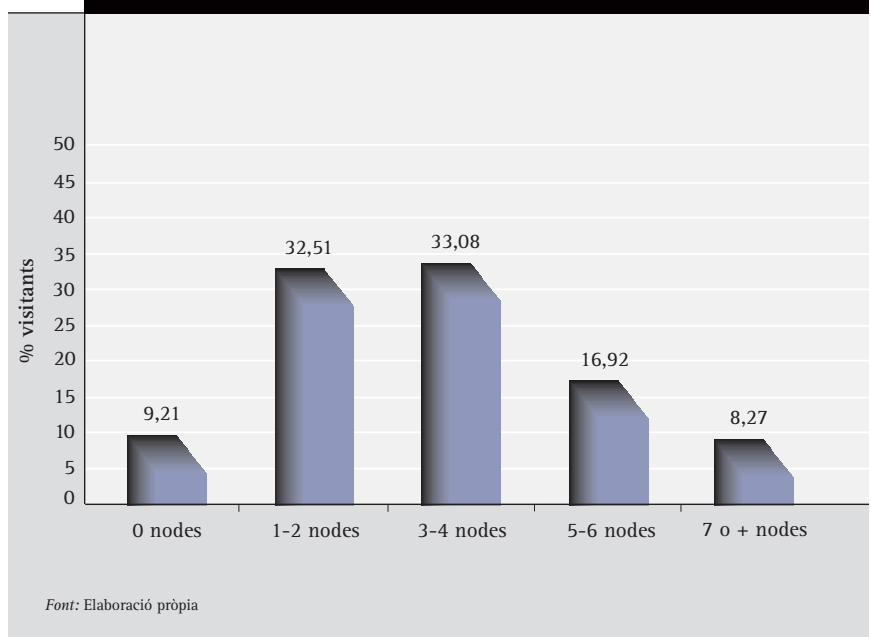
Finalment, hem volgut constatar els temps de visita en la relació entre visitants i monuments. La Taula 4 mostra els resultats del temps mitjà i la desviació mitjana en cada un dels nodes.¹ La primera conclusió és que el temps de visita és, en general, molt curt. Això confirma la idea que el consum turístic és més un ritual que no pas una experiència. Malgrat aquesta constatació, podem destacar importants diferències entre els diversos *sights*. Vegem els resultats de la Taula 4.

En primer lloc, constatem que el temps mitjà de visita als museus és sensiblement superior al temps mitjà de la resta de nodes. Hem considerat dos factors complementaris per explicar aquest fet. D'una banda, els museus s'associen amb unes pautes

de comportament específiques (la lentitud, l'interès, la visió fragmentada peça a peça, el discurs narratiu del mateix museu...) que exigeix un temps d'estada més gran. D'altra banda, també hi contribueix que s'hi hagi de pagar una entrada.

La resta de nodes tenen un temps de visita que supera lleugerament els 10 minuts: la catedral, 12 min. 14 seg.; les muralles, 13 min. 56 seg., o la Facultat de Lletres, 11 min. 7 seg. Un dels fets més remarcables és que el temps mitjà

3 Percentatge de visitants segons el nombre de nodes visitats



4 Temps mitjà dedicat a la visita dels nodes

Node	Total	Desviació típica
Bonastruc ça Porta	0:24:19	0:10:20
Museu Arqueològic	0:21:46	0:06:26
Museu d'Història	0:19:33	0:04:38
Tresor de la catedral	0:19:26	0:08:43
Banyes àrabs	0:16:39	0:06:48
Muralles	0:13:56	0:07:54
Catedral	0:12:14	0:07:13
Museu d'Art	0:12:03	0:15:03
Passeig Arqueològic	0:11:49	0:08:30
Facultat de Lletres	0:11:07	0:07:32
Alemanys	0:09:45	0:08:09
Sant Feliu	0:07:19	0:04:38
Jardins de la Francesa	0:03:45	0:02:33
Sant Domènec	-	-
La Mercè	-	-

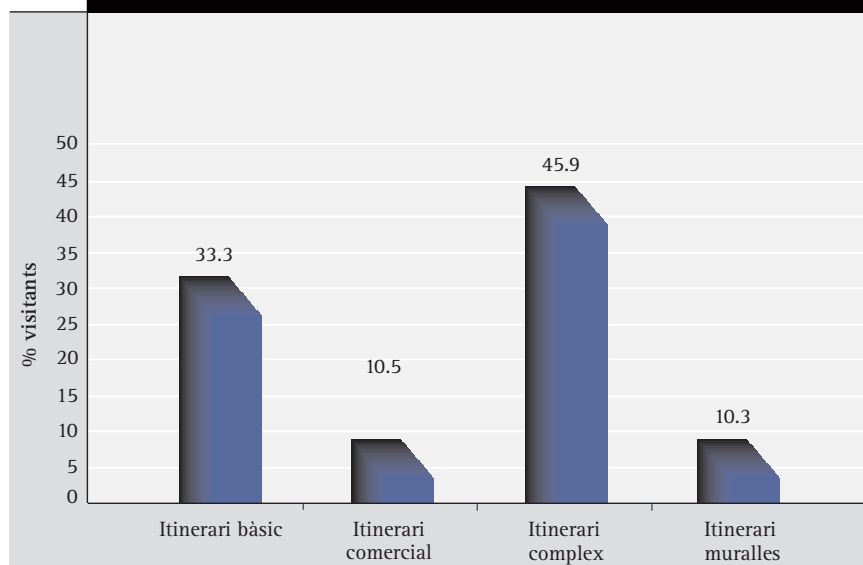
Font: Elaboració pròpia

litat. De fet, el turista conscientment o inconscientment és un consumidor d'itineraris. Per això, en l'estudi ens ha interessat dedicar un capítol a l'anàlisi dels recorreguts urbans més habituals.

La metodologia de treball ens ha permès identificar quatre tipologies bàsiques d'itinerari:

- Itinerari bàsic: l'element principal és la visita de la catedral com a únic atractiu cultural de la ciutat.
- Itinerari comercial: en aquest recorregut no s'entra en contacte amb l'espai patrimonial. La motivació del visitant és el *shopping* i, per tant, té un apropament nul al patrimoni local.
- Itinerari complex: l'interès se centra en la visita de més d'un element patrimonial. En aquest cas, a més del conjunt de la catedral, el visitant mostra un interès particular per alguna àrea secundària.
- Itinerari de les muralles: itinerari que es diferencia de la resta perquè el visitant recorre un o diversos trams de les muralles de la ciutat (nord, centre o sud).

5 Freqüentació segons les tipologies d'itineraris



Font: Elaboració pròpia

El Gràfic 5 ens mostra el percentatge de visitants registrat per cadascun d'aquests models d'itinerari. L'itinerari complex és clarament el més freqüent; amb gairebé el 46% dels visitants, representa pràcticament la meitat dels casos estudiats.

s'hi manté constant, malgrat que les característiques físiques dels nodes i el seu valor monumental és molt variable. Això explica que la visita de la catedral (un monument amb una densitat d'elements considerable) ocupi un temps similar a la Facultat de Lletres (on només es poden admirar la façana exterior i dos claustres). En certa manera, es

dibuixa una pauta de consum estàndard que va més enllà de les condicions específiques del node.

Els models d'itineraris

Els itineraris són un instrument imprescindible per als turistes que visiten o pretenen visitar una loca-

En segon lloc, destaca l'itinerari bàsic, que ha sumat el 33,3% dels casos; és a dir, un de cada tres visitants ha fet aquest recorregut. La dada corrobora l'interès superficial pel patrimoni cultural de bona part dels visitants. El segueix l'itinerari comercial, amb el 10,5% del nombre total de visites. Els usuaris d'aquest model poden ser



La Rambla de Girona

visitants que ja han recorregut el Barri Vell i que fan una segona visita a la ciutat, ara atrets només per l'oferta de serveis. Finalment, l'itinerari de les muralles, que és el que representa un percentatge d'ús més baix (10,3%), diferencia de forma sensible la percepció de la ciutat: les muralles permeten al visitant disposar d'una panoràmica del conjunt de la ciutat medieval i alhora faciliten una lectura més àmplia dels nodes locals.

Conclusions

L'anàlisi del comportament dels visitants del Barri Vell de Girona ens ha permès detectar que l'estructura bàsica dels fluxos turístics de la ciutat es concentra en dos grans corredors, que són els que mostren un major percentatge

de freqüentació. Per això, l'experiència turística de Girona se centra en un espai molt delimitat, en un petit fragment de la ciutat vella.

És probable que això també expliqui el fet que el consum de nodes del Barri Vell se centri en uns pocs elements, que hi actuen com un recurs complementari del *sight seen* per excel·lència: la catedral. De fet, l'epicentre de l'experiència turística a la ciutat és la mateixa catedral, que ha registrat un percentatge de visites molt superior a la resta de monuments. Així mateix, el model d'itinerari bàsic, escollit per un terç dels visitants, es basa en l'accés exclusiu a l'àrea de la catedral sense accedir a cap altre espai monumental. Per tant, sembla que el propòsit fonamental dels turistes que visiten Girona no és tant l'accés a un elevat número de monu-

ments, sinó la contemplació de la vida urbana, l'interès pel conjunt de l'escena, l'evocació de l'atmosfera medieval, l'essència del Barri Vell.

En definitiva, la visita a la ciutat de Girona és una experiència en la qual els recorreguts tenen més valor que no pas els monuments: la visita se centra més en la perspectiva de l'espai obert que no pas en la singularitat de les peces més rellevants. ■



Carrer de la Força, l'eix central del Barri Vell

Notes i referències

Notes

1. En aquest cas, hem tingut en compte només aquells monuments que poden ser visitats en el sentit que es pot accedir al seu interior com la catedral, l'església de Sant Feliu, els museus...

Referències

ASENSIO, M., i POL, E., "La polémica sobre el recorrido fijo o variable: una reflexión desde los estudios de público", *PROSERPINA, Revista de la Universidad Nacional de Educación a Distancia del Centro Regional de Extremadura en Mérida*, núm. 12 (1995), p. 61-91.

ASENSIO, M.; POL, E.; GOMIS, M., *Planificación en Museología: el caso del Museu Marítim de Barcelona*, Col. Manuals, Museu Marítim de Barcelona, Barcelona 2001.

BORG, J. van der, i GOTTI, G., *Tourism and cities of art: the impact of tourism and visitors flow management in Aix-en-Provence, Amsterdam, Brugge, Florence, Oxford, Salzburg and Venice*, Universitat de Venècia, Venècia 1995.

CAZES, G., *Le Tiers Monde vu par la publicité touristique: une image géographique mystifiante*, Centre d'Hautes Études Touristiques, série C, núm. 33, Aix-en-Provence 1978.

DONAIRE, J.A., "I nuovi spazi del turismo. Tempo libero e territorio nella società post-industriale", *Archivio di Studi Urbani e Regionali*, núm. 65 (1999), p. 7-27

DE LA CALLE VAQUERO, M., *La ciudad histórica como destino turístico*, Ariel, Barcelona 2002.

GALÍ, N., *La construcció de la imatge turística de Girona* [memòria de recerca inèdita], 2003.

GARCÍA, M., *Turismo y conjuntos monumentales*, Tirant lo Blanch, València 2003.

LAPLANTE, M., "Culture vécue et représentation touristique", *Téoros*, núm. 7 (1988), p. 25-27.

NADAL, J., "Girona, una proposta de regeneració urbana i canvi sociocultural", en *La ciutat històrica dins la ciutat. Mètodes i experiències d'intervenció*, Fundació "la Caixa", Ajuntament de Girona i UdG, Girona 1997, p. 95-104.

NADAL, J., "El sentit de la ciutat", en NOGUÉ, J. [ed.], *La ciutat. Visions, anàlisis i reptes*, Ajuntament de Girona i UdG, Girona 1998, 19-24.

PEARCE, P.L., "Perceived Changes in Holiday Destinations", *Annals of Tourism Research*, núm. 9(1) (1982), p. 145-164.

PRATS, C. et al., *Anàlisi d'una exposició itinerant: "L'Ecologia". Tipus de públic, opinions i comportament avaluats en vuit poblacions de Catalunya*, Ajuntament de Barcelona, Barcelona 1989.

TROITIÑO, M.A., "Turismo y sostenibilidad: la Alhambra y Granada", *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, núm. 20 (2000), p. 377-396.

TROITIÑO, M.A. [ed.], *Afluencia y perfil de los visitantes de la ciudad de Ávila (Temporada 2000-2001)*, Ayuntamiento de Ávila/Junta de Castilla y León/Ministerio de Economía, Ávila 2002.

URRY, J., *The Tourist Gaze*, Sage, Londres 1990.