

# Revista Iberoamericana de Turismo



MINISTERIO  
DE ASUNTOS EXTERIORES  
Y DE COOPERACIÓN



70

DOI: 10.2436/20.8070.01.5

## Turistas entre monumentos. El comportamiento de los visitantes en el centro histórico de Girona (2003 y 2013)

**Núria Galí Espelt**

Doctora por la Universidad de Girona  
(Programa de Ordenación del Territorio y Gestión del Medio Ambiente)  
Profesora de la Facultad de Turismo de la Universidad de Girona  
E-mail: [nuria.gali@udg.edu](mailto:nuria.gali@udg.edu)

**José A. Donaire**

Doctor en Geografía por la Universidad Autónoma de Barcelona  
Profesor de la Facultad de Turismo de la Universidad de Girona  
E-mail: [ja.donaire@udg.edu](mailto:ja.donaire@udg.edu)

**Esther Martínez-García**

Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Barcelona  
Profesora de la Facultad de Turismo de Universidad de Girona  
E-mail: [esther.martinez@udg.edu](mailto:esther.martinez@udg.edu)

**Lluís Mundet i Cerdan**

Doctor en Geografía por la Universidad de Girona  
Profesor de la Facultad de Turismo de la Universidad de Girona  
E-mail: [lluis.mundet@udg.edu](mailto:lluis.mundet@udg.edu)

### Resumen

Este artículo presenta los resultados de estudiar el comportamiento de los visitantes en espacios monumentales (año 2013) a partir de combinar diversos métodos de estudio (observación directa no participada, cuestionarios, GPS); y comparar los resultados con los datos recopilados en un estudio previo realizado una década anterior (año 2003).

**Palabras clave:** Comportamiento turístico, ciudad monumental, GPS, Girona, centro histórico

## 1. Introducción

Los centros históricos de las ciudades monumentales están cada vez más condicionados por su capacidad de atracción de visitantes. Por eso, se ha incrementado el interés por conocer el comportamiento de los turistas en estas ciudades. Conocer qué visitan, y qué espacios evitan, qué recorridos realizan, cuánto tiempo destinan a la visita, y a sus monumentos y museos, saber qué consumen es fundamental para poder gestionar el espacio visitado. Por ello, el comportamiento de los turistas en espacios culturales está recibiendo una atención creciente desde todos los ámbitos posibles. Tan importante es la visión estática como la dinámica. Las ciudades deben conocer no sólo cómo se comportan los visitantes, sino también cómo evoluciona este comportamiento con el paso del tiempo. ¿Cómo cambia la relación entre turistas y monumentos a lo largo de una década?. ¿Hacen lo mismo los turistas ahora que hace algunos años, visitan las mismas cosas, destinan el mismo tiempo en la visita y en los monumentos visitados? ¿Siguen el mismo recorrido?.

Con el fin de responder a estos interrogantes este artículo presenta los resultados del estudio del comportamiento de los visitantes en espacios monumentales, específicamente la ciudad medieval de Girona (España), en dos años diferentes (2003 y 2013), para poder así determinar similitudes y diferencias, y ver procesos de continuidad y de cambio.

## 2. Revisión de la literatura

El estudio del comportamiento de los turistas se ha basado tradicionalmente en métodos más cuantitativos que cualitativos. En este sentido, son comunes y numerosos los estudios centrados a partir de encuestas y cuestionarios, tanto en grandes urbes como en ciudades patrimoniales (Hartmann, 1988; Richards, 1996, 2002; Baker y Crompton, 2000; Kozak, 2001; Poria, Butler y Airey, 2003; McKercher y Cros, 2003; Pearce, Wu y Son, 2008; Chen y Chen, 2010).

Menos extendidos y menos uniformes son los estudios de comportamiento fundamentados en metodologías más cualitativas. Son métodos cualitativos los típicos diarios de viaje, cuadernos donde el turista va relatando su viaje en formato más o menos estructurado (Thornton, Williams y Shaw, 1997; Markwell y Basche, 1998; Haldrup, 2004; Xiao-Ting y Bi-Hu, 2012). También, los mapas de comportamiento, que suelen complementar los diarios de viajes, puesto que el visitante dibuja sobre un mapa el recorrido realizado mostrando los puntos de visita (Pearce, 1988; Lew y Mckercher, 2006; Petterson y Zillinger, 2011). El análisis de las fotografías realizadas por los mismos turistas durante sus viajes es otro método cualitativo (Haywood, 1990; Mackay y Couldwell, 2004; Caton y Santos, 2008; Garrod, 2008, 2009). El uso de las fotografías de los turistas tiene el handicap que se requiere de un elevado grado de implicación del propio turista en el trabajo de campo. Para subsanar este problema, hoy en día, se analizan las fotografías que los turistas publican en redes sociales (Crandall et al., 2009; Donaire y Galí, 2011; Donaire, Campubí y Galí, 2014; Galí y Donaire, 2015). Finalmente, los blogs de turistas que viajan por el mundo relatando su experiencia de viaje. A través de estos blogs se pueden conocer, también, el programa

de viaje que van realizando sus autores, tanto a nivel espacial como temporal (Molz, 2010).

Dentro de los métodos cualitativos se encontraría también la observación directa del visitante por parte del investigador. En este sentido la observación puede ser participada o no participada. Cuando el observador es parte de la experiencia de viaje (formando parte del grupo de viaje) se considera observación participada, por el contrario cuando no forma parte del grupo de viaje sería observación no participada. Entre los métodos de observación participada destacan los estudios ya clásicos de Hartmann (1988) acompañando a pequeños grupos de jóvenes turistas canadienses y norteamericanos durante un día, en sus visitas por la ciudad de Múnich; o Bowen (2002) acompañando a un pequeño grupo de turistas, a lo largo de un viaje organizado desde el Reino Unido a Malasia y Singapur. El principal problema de la observación participada es la influencia que el investigador puede ejercer en el visitante.

Entre los métodos de observación no participada (el investigador observa al visitante sin acompañarle) existen básicamente dos procedimientos. Por un lado, observar al turista desde una distancia prudente y sin que éste sea consciente de que está siendo observado. Uno de los primeros referentes en observación no participada es Hartmann (1988) en el estudio antes mencionado, donde el autor también utilizó el método de la observación no participada siguiendo a grupos de turistas americanos durante períodos de una hora en la plaza principal de Munich. Keul y Küheberger (1997) observan a los turistas en la ciudad de Salzburg durante periodos de 15 minutos y en diferentes franjas horarias. Galí y Donaire (2006) estudiaron el comportamiento de los visitantes en el centro histórico de Girona (España), siguiendo a los turistas en sus recorridos y recopilando información básica de su comportamiento. Sin embargo, la observación no participada presenta el problema del elevado coste que suponen este tipo de investigaciones, y con una presencia muy activa del investigador en el trabajo de campo. Por ello, algunos académicos han optado por usar instrumentos de grabación, que permiten abaratar costes, como la fotografía aérea o las cámaras de vídeo (Hartmann, 1988; Petterson y Zillinger, 2011).

El segundo procedimiento se basa en el uso de nuevas tecnologías (GPS, teléfonos móviles, tablets...) que permiten la recogida automatizada y sistemática de información sobre el comportamiento de los visitantes (Shoval y Isaacson, 2007), creando modelos de comportamiento espacial y temporal con resultados muy fiables, exactos y precisos. Entre la tecnología más explotada por los académicos, sin duda, se encontraría el Sistema de Posicionamiento Global, comúnmente GPS (Shoval y Isaacson, 2006, 2007; Chhetri y Arrowsmith, 2008; Tchetchick et al., 2009; Petterson y Zillinger, 2011; Svensson et al., 2011; Mckercher et al., 2012; Wolf et al., 2012; Hallo et al., 2012; Bauder, 2014; Grinberger et al., 2014). Los GPS puede rastrear la ubicación de un turista cada segundo con una precisión muy elevada, proporcionando una gran cantidad de información. Además, pueden ser fácilmente analizados utilizando Sistemas de Información Geográfica (GIS), que permiten cartografiar el uso social del espacio turístico e identificar los flujos de acceso, los flujos de agitación, las áreas de densidad y los espacios de descongestión. En definitiva, la principal ventaja de este tipo de análisis espacial es que proporciona una mayor y mejor comprensión de algunos de los comportamientos de los visitantes (Bauder, 2014).

La combinación de diversos métodos en el estudio del comportamiento ofrece la posibilidad de obtener información complementaria a niveles diferentes (Hartmann,

1988). Mientras los métodos cualitativos (especialmente la observación participada y no-participada) proporcionan información efectiva del comportamiento (real y objetiva), el cuestionario (método cuantitativo) ofrece información sobre el visitante, el proceso de decisión, su motivación y percepción del espacio visitado (Galí y Donaire, 2006). Ambos métodos se complementan y se completan. En aras a un mayor y mejor conocimiento del comportamiento de los turistas, el presente trabajo es el resultado de combinar diversos métodos de estudio (observación directa no participada, cuestionarios, GPS).

### 3. Metodología

El principal objetivo de este trabajo es el de estudiar el comportamiento de los turistas en espacios histórico-monumentales y comparar su evolución temporal. Es decir, los visitantes muestran patrones de comportamiento que queremos constatar si con el tiempo se mantienen o se modifican. Para ello hemos estudiado el comportamiento de los visitantes del centro histórico de Girona (España) durante dos años muy diferenciados. El primer año fue a lo largo del año 2003. El segundo durante el transcurso del año 2013.

#### 3.1. Área de estudio

Girona es una pequeña ciudad (aproximadamente 100.000 habitantes), situada a 90 kilómetros al norte de Barcelona y a 60 km al sur de Francia. Destaca su casco antiguo de alto valor histórico y artístico, pues aglutina, en el pequeño perímetro de sus antiguas murallas medievales, el peso de más de 2.000 años de historia. En las últimas décadas, la ciudad se ha convertido en un importante centro de turismo cultural. Girona puede considerarse un arquetipo de las ciudades culturales medias europeas.

En el año 2003, la ciudad de Girona mantenía una actividad turística aún discreta y se basaba sobre todo en los flujos de proximidad desde la Costa Brava; a pesar de todo, se habían abierto diversos hoteles que reforzaron la estrategia de turismo urbano de la ciudad. En 2013, todo el país se haya inmerso en una crisis económica que condiciona los hábitos de consumo de los turistas. Con todo, Girona ha consolidado su estrategia de turismo urbano, con un crecimiento de la planta hotelera y una proyección exterior de la imagen turística de la ciudad.

#### 3.2. Método de estudio

El método utilizado ha sido la observación no participada de los visitantes. En el año 2003, se observó el comportamiento de los visitantes que accedían al casco antiguo de la ciudad y se recopilaba toda la información básica de su visita (el itinerario recorrido, los nodos visitados, el tiempo de visita en cada nodo, el tiempo total de estancia, la distancia total recorrida, y las actitudes mostradas) mediante el seguimiento a estos visitantes.

Los visitantes observados eran seleccionados siguiendo criterios de aleatoriedad. El visitante observado no sabía que estaba siendo observado hasta el momento de finalizar la visita y abandonar el casco antiguo, entonces el investigador que le había estado siguiendo se lo comunicaba.

En el año 2013, el estudio se centró también en la observación no participada. Sin embargo para optimizar recursos se optó por recopilar la misma información con el uso de GPS. Los registros de los GPS permiten compilar datos muy precisos sobre itinerarios, nodos visitados, tiempos de visita y el tiempo total de recorrido. La única información que no permite almacenar el GPS es la actitud del visitante, información que se obtuvo en el estudio del 2003 puesto que el investigador observaba permanentemente al visitante.

Los GPS se distribuyeron a través de tres puntos focales: (1) Primeramente, y mayoritariamente, desde la Oficina de Información Turística. (2) En segundo lugar, un pequeño porcentaje se canalizaron a través de los guías turísticos locales que acompañan a grupos organizados. (3) Finalmente, se realizaron algunos seguimientos no participados a turistas que no pasaban por la OIT y no tenían visita guiada organizada. En estos casos el investigador llevaba el GPS y no el turista. Cada grupo de visitantes que podían ser un individuo, una pareja o un grupo recibió solamente un dispositivo GPS, que devolvían en la misma OIT o al guía en el momento de finalizar la visita.

La observación no participada se complementó, en ambos estudios, con una entrevista realizada a los turistas observados al finalizar el recorrido. El cuestionario recogía informaciones básicas de la visita y del mismo visitante. Cada cuestionario se estructuró a partir de tres tipos de preguntas:

- a) Cuestiones sociodemográficas
- b) Cuestiones sobre la visita
- c) Información sobre la imagen percibida

A pesar de utilizar dos métodos distintos, ambos se basan en la observación no participada, son complementarios, tienen un mismo objetivo, registran los mismos datos y permiten que los resultados obtenidos sean perfectamente comparables.

La muestra final de turistas observados y cuestionarios vinculados, en los dos estudios, tiene un nivel de confianza del 95%, con un margen de error del 4% y 3% respectivamente y con la máxima variabilidad ( $p=q=0,5$ ). La muestra fue estratificada por meses. El porcentaje de registros para cada mes del año se obtuvo a partir de los registros de la OIT, museos, espacios de pago, visitas guiadas y central de reservas, del año 2002 (para la muestra del estudio 2003) y 2012 (para la muestra del estudio del 2013).

#### 4. Resultados

Los resultados obtenidos del estudio nos han permitido:

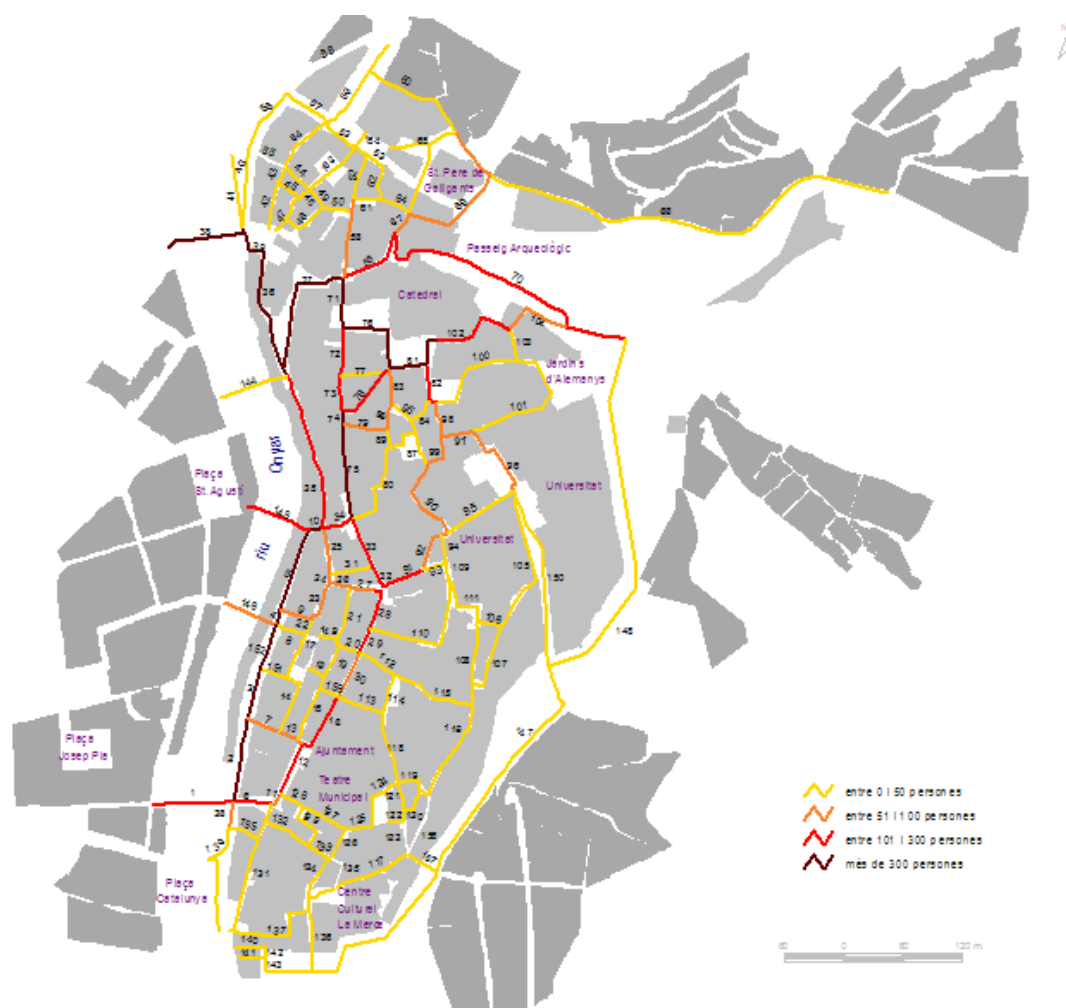
##### 1. Conocer la distribución de los flujos de visitantes en la trama urbana de la ciudad monumental de Girona (2003 y 2013).

Nos ha interesado determinar los espacios frecuentados y los infrautilizados de la ciudad, tanto en 2003 como en 2013. El resultado, prácticamente mimético en ambos estudios, dibuja una ciudad donde el grado de afluencia de visitantes se concentra en unos pocos corredores (calles) del casco antiguo, mientras una amplia zona de este centro histórico queda fuera de la experiencia turística. Es decir, el comportamiento general en el casco antiguo se centra en el consumo de unos determinados arcos, en

detrimento de otros donde el porcentaje de visitantes es exiguo. Así pues nos encontramos con una ciudad con espacios con turistas y otros espacios vacíos, espacios visibles y otros invisibles. En esencia, esta ciudad visible está integrada por dos piezas, conectadas entre sí. La primera pieza tiene un carácter comercial y tiene como principal exponente la Rambla de la Libertad. La segunda pieza es un corredor patrimonial que coincide con el área y perímetro de la Catedral.

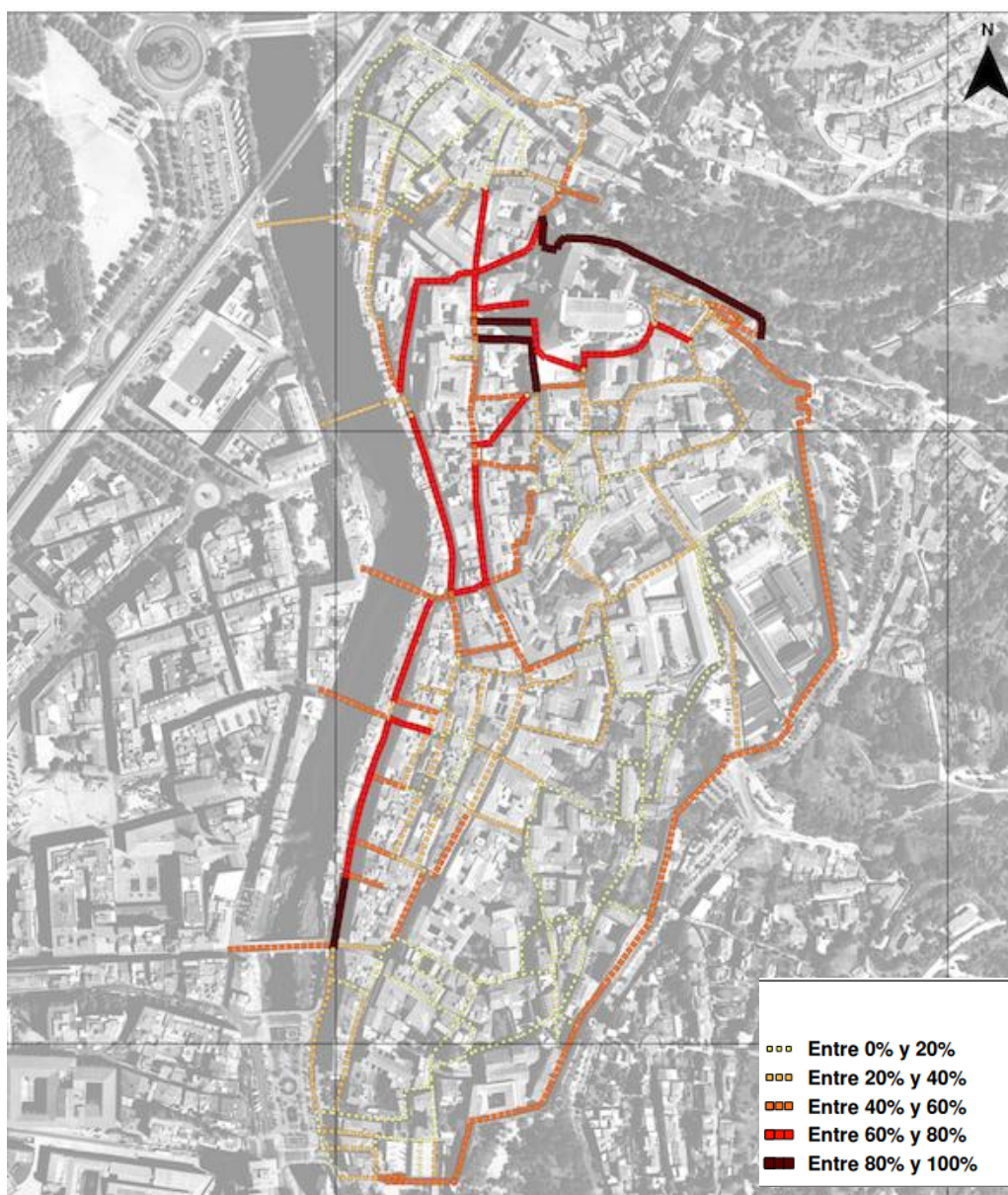
Los mapas 1 y 2 ilustran el grado de afluencia de visitantes en la ciudad monumental de Girona en 2003 y 2013 respectivamente

Mapa 1. Afluencia de visitantes en el casco antiguo de Girona 2003



Fuente: elaboración propia

Mapa 2. Afluencia de visitantes en el casco antiguo de Girona 2013



Fuente: elaboración propia

A pesar que el resultado general, como se apuntaba, es prácticamente el mismo, sí que se aprecian algunos cambios secundarios, pero significativos, entre el estudio del 2003 y del 2013. El más relevante es el incremento de visitantes en las murallas de la ciudad. Mientras que en 2003, las murallas solo eran utilizadas por un 11% del conjunto de los visitantes, en el estudio de 2013 sobrepasan el 50% del total de visitantes. La muralla de Girona se encuentra en un estado de conservación excelente y permite el tránsito de los visitantes por la parte superior. Las murallas ejercen una doble función: tanto se utilizan como corredores, es decir arcos de la ciudad, como espacio de visita, nodos de la ciudad antigua.

## **2. Definir la jerarquía de los nodos visitados en la ciudad histórica (2003 y 2013).**

El turismo en las ciudades culturales y monumentales crea un catálogo de nodos que actúan de forma evidente en el comportamiento de los visitantes. Los nodos se convierten en verdaderos sight seen, "lo que debe ser visto", los iconos de visita obligada. Buena parte de la experiencia turística en las ciudades monumentales gravita en torno de sus nodos, por ello nos ha interesado conocer cómo se comporta el turismo ante los atractivos del centro histórico de Girona.

Ambos estudios evidencian que algunos nodos son visitados por la mayoría de los turistas; sin embargo, otros pasan prácticamente desapercibidos a los ojos del visitante, bien porque se integran en la escenografía del arco, bien porque son de difícil acceso o bien porque quedan dominados por la presencia de un nodo más importante. Los visitantes son atraídos, ante todo, por los elementos de la ciudad que sobresalen y que actúan como imanes.

En el estudio del año 2003 se visitaban de promedio 3,1 nodos. Estos tres nodos eran la Catedral (con un 75,75% del total de visitantes), la iglesia de San Feliu (37,8% de los visitantes) y las Casas sobre el río Oñar (casi 40% de los visitantes). En el estudio de 2013 el promedio de nodos visitados se incrementa substancialmente, pasando de 3,1 a 5 nodos de visita (la Catedral, el Paseo Arqueológico, la iglesia de San Feliu y los tramos norte y centro de la muralla medieval). Aparecen dos nodos que en el estudio de 2003 casi no tenían valor en cuanto a registros de visitantes, la muralla y el Paseo Arqueológico (67,4%). A pesar que la Catedral sigue siendo el nodo más visitado (69% del total de visitas), pierde visitantes respecto al 2003. Este descenso del número de visitantes se puede explicar porque en 2003 era un espacio de visita gratuito y actualmente es un espacio de pago. Ello significa que algunos visitantes desisten a la visita del monumento por diversas cuestiones (tiempo, precio, etc.). De hecho, el paseo arqueológico actúa como un recorrido que permite recorrer el exterior de la catedral y, en algunos casos, puede actuar como opción sustitutiva de la entrada en la Seo.

El mapa 3 dibuja el porcentaje de visitas a cada uno de los sights de la ciudad monumental en 2013.





|                                |          |          |
|--------------------------------|----------|----------|
| <b>Muralla Sur</b>             |          | 00:14:58 |
| <b>Iglesia San Feliu</b>       | 00:07:19 | 00:17:00 |
| <b>Baños Árabes</b>            | 00:16:39 | 00:06:06 |
| <b>Bonastruc ça Porta</b>      | 00:24:19 | 00:21:19 |
| <b>Jardines de la Francesa</b> | 00:03:45 | 00:03:40 |
| <b>Museo de Arte</b>           | 00:12:03 | 00:05:10 |
| <b>Museo de Historia</b>       | 00:19:33 | 00:11:11 |

*Fuente: elaboración propia*

Los tiempos de visita en los nodos tienen muchas similitudes en los registros de 2003 y 2013: el caso de la Catedral (12m en 2003 y 10m en 2013.), el centro Bonsatruc ça Porta -museo de historia de los Judíos- ( 24m en 2003 y 21m en 2013), o los Jardines de la Francesa (3m 45s y 3m 40s, respectivamente). En el resto de espacios nodales, a pesar de haber algunas diferencias, hay una constante temporal que se mantiene: un reducido tiempo de visita en los nodos de la ciudad, estable, solo incrementado en los espacios museo. Parece existir una cierta temporalización colectiva relativamente invariable. En cierto modo, se dibuja una pauta de consumo estándar que va más allá de las características y valor histórico-artístico del nodo. El tiempo de visita, así pues, no depende de la calidad del monumento sino de una cierta “pauta” socialmente establecida.

En definitiva, la visita de los nodos de la ciudad monumental de Girona revela una mirada rápida caracterizada por una visita muy corta en cada monumento.

#### **4. Comparar el perfil sociodemográfico de los visitantes en una década**

Las encuestas (2003 y 2013) ponen de manifiesto que Girona es una ciudad con una escasa fidelidad, es decir un grado muy alto de primera visita. En el 2003 un 75% de los turistas afirmaban que era la primera vez que visitaban la ciudad. En el cuestionario del 2013 un 72% eran turistas de primera visita. Concretamente casi tres cuartas partes de los visitantes acceden a la ciudad por primera vez, mientras que el resto la han visitado al menos en una ocasión.

El segundo dato relevante de la encuesta hace referencia a los orígenes de los visitantes, especialmente en relación con los datos de 2003. Los visitantes de proximidad conviven con un incremento de turistas que provienen de geografías cada vez más lejanas. Solo la mitad de los turistas (51,5%) son nacionales, mientras que el resto son internacionales. El gran cambio radica en la procedencia de estos turistas internacionales. Mientras, por ejemplo, en 2003 el porcentaje de visitantes del continente americano era del 4,4%, en 2013 fue del 11,2%, un incremento de 6,8 puntos porcentuales. O, por ejemplo, los visitantes procedentes de Asia representaban, en 2003, solo el 0,5% del total, mientras en 2013 se incrementa hasta el 2%. También se ha ampliado enormemente el número de países europeos de donde proceden los turistas. Si en el cuestionario de 2003 quedaban reducidos a los países de la Europa clásica (Francia, Reino Unido, Alemania y Países Bajos), una década después se ha ampliado enormemente el número de países de la Europa comunitaria y no comunitaria. Esta nueva geografía incluye países como Rusia, Dinamarca, Suecia, Noruega, Finlandia, Suiza, Croacia, Lituania, Polonia, Rumania, Bulgaria, y un largo etcetera de países que no estaban incluidos en las listas del 2003.

La creciente demanda de turistas internacionales muestra una proyección mucho más internacional de la ciudad; y además la consolida como destino turístico propio, en detrimento de la idea de Girona como lugar que visitan los turistas de la Costa Brava (destino estival próximo a la ciudad) los días de lluvia.

La tercera variable destacable, sobre los visitantes del 2013 respecto a los del 2003, es el notable incremento de turistas que pernoctan en la ciudad. Ello dibuja claramente un cambio de modelo. En 2003 solo el 9% del total de visitantes dormía en la ciudad. En 2013 esta cifra se incrementa hasta el 26,6%. Este dato contribuye a validar la afirmación anterior: Girona es cada vez más una ciudad consolidada como destino turístico propio. La tabla 2 muestra el lugar donde están alojados los visitantes de Girona en 2003 y 2013 respectivamente.

Tabla 2. Procedencia de los visitantes de Girona 2003 y 2013

| <b>PROCEDÈNCIA</b>  | <b>2003</b> | <b>2013</b> |
|---|-------------|-------------|
| <b>Alojados en Girona</b>   | 9%          | 26,6%       |
| <b>Alojados en la Costa Brava</b>                                       | 46%         | 30,3        |
| <b>Alojados en otros destinos de Cataluña (fuera de la Costa Brava)</b> | 16%         | 22,4%       |
| <b>Realizando un tour</b>   | 5%          | 2,5%        |
| <b>Excursionistas nacionales</b>  | 24%         | 18,1%       |

*Fuente: elaboración propia*

Los datos de esta tabla explican un cambio en el uso turístico de la ciudad. Si bien en 2003 era claramente un espacio visitado básicamente por los turistas alojados en la Costa Brava (zona vacacional estival) y por los excursionistas nacionales, la ciudad turística en 2013 es un destino mucho más transversal. Ya no son exclusivamente los turistas de la Costa Brava y los nacionales los que visitan Girona (que pierden peso respecto el 2003), sino también los alojados en otros destinos del estado y, como ya hemos mencionado, los alojados en la ciudad.

Finalmente, ante la pregunta de que tipo de información han utilizado para visitar la ciudad, se desprende que el 28% de los turistas llevan alguna guía de viajes (el 19% en 2003). La guía de viajes suele ser un indicador del nivel de preparación de la visita y de la imagen previa del visitante. Además, las guías de viajes actúan en un doble sentido: en primer lugar, enriquecen la información del turista, por lo que dispone de más elementos de juicio; por otra parte, orientan la mirada del turista hacia los nodos, los itinerarios o los servicios que la guía y el guía consideran más significativos.

## 5. Conclusiones

El estudio del comportamiento de los visitantes ha sido y es uno de los temas recurrentes entre académicos y científicos de diversas disciplinas (geografía, marketing, economía, antropología ...); pero también de interés entre planificadores locales con el fin de gestionar el espacio de una manera mucho más acorde con las necesidades de este turista.

Para contribuir a este conocimiento, este artículo presenta los resultados de estudiar el comportamiento de los visitantes en espacios monumentales (año 2013) a partir de combinar diversos métodos de estudio (cuantitativos y cualitativos); y comparar los resultados con los datos recopilados en un estudio previo realizado una década anterior (año 2003). Aunque la metodología utilizada en 2013 no es exactamente la misma que la usada en 2003, algunas de las informaciones recogidas son perfectamente comparables.

De hecho, los resultados finales revelan que a pesar de las semejanzas entre los resultados de 2003 y 2013, sí se aprecian algunos cambios significativos. Lo más relevante son:

(1) La incorporación de nuevos recorridos en el barrio viejo, nuevos itinerarios como el paseo sobre la muralla. Mientras que en 2003, las murallas solo eran utilizadas por un 11% del conjunto de los visitantes, en el estudio de 2013 sobrepasan el 50% del total de visitantes.

(2) Un incremento substancial de espacios visitados, como mínimo se visitan cinco elementos del patrimonio mientras que la media de 2003 eran tres. Aparecen dos nodos que en el estudio de 2003 casi no tenían valor en cuanto a registros de visitantes, por un lado la muralla (que actúa a la vez de corredor y de atractivo) y por otro lado el Paseo Arqueológico (67,4% del total de registros).

(3) Un crecimiento muy importante de turistas que duermen en la ciudad. Se pasa del 9% de turistas pernoctando en Girona en 2003 al 26,6% en el año 2013. Este dato dibuja una ciudad cada vez más consolidada como destino turístico.

(4) Un incremento significativo de turistas internacionales. Otro de los cambios, respecto al turismo de 2003, radica en la procedencia de los turistas. Por un lado se ha ampliado el número de países de donde proceden los turistas. Por otro el porcentaje de visitantes de estos destinos lejanos ha incrementado notablemente. Mientras que 2003 el porcentaje de visitantes del continente americano era del 4,4%, en 2013 fue del 11,2%. La creciente demanda de turistas internacionales muestra una proyección mucho más internacional de la ciudad.

(5) Así mismo, cada vez más son los turistas que visitan la ciudad estando alojados en diversos destinos del estado. Es decir, no solo los que se encuentran en zonas próximas a la ciudad, como la Costa Brava, visitan el centro histórico de Girona; sino también aquellos turistas que se alojan en otros destinos más lejanos. Se perfila una ciudad cada vez más transversal, además de más internacional.

(6) El último cambio radica en el aumento del porcentaje de turistas que utilizan una guía editada de viajes para preparar sus visitas. Mientras que en 2003 eran el 19% los visitantes que usaban este tipo de documentación, en 2013 fueron el 28%. Las guías de viajes suele ser un claro indicador del nivel de preparación de la visita. Estamos ante un turista cada vez más preparado, más informado y más conocedor del espacio a visitar.

En definitiva, los resultados nos presentan un patrón de comportamiento muy similar a pesar del paso del tiempo. Existen, sin embargo, algunos cambios parciales, que muestran una ciudad cada vez más consolidada como destino patrimonial en sí. Cambio y continuidad. Esta es la tensión que prevalece en el ritual de comportamiento de los turistas de Girona.

## 6. Bibliografía

BAKER, D.A. y CROMPTON, J.L. (2000): "Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions". *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785–803.

- BAUDER, M. (2014): "Using GPS Supported Speed Analysis to Determine Spatial Visitor Behaviour". *International Journal of Tourism Research*. Doi: 10.1002/jtr.1991
- BOWEN, D. (2002): "Research through Participant Observation in Tourism: A Creative Solution to the Measurement of Consumer Satisfaction/Dissatisfaction (CS/D) among tourists". *Journal of Travel Research*, 41(4), pp. 4-14.
- CATON, K., y SANTOS C.A. (2008): "Closing the hermeneutic circle? Photographic Encounters with the Others". *Annals of Tourism Research*, 35 (1), pp. 7-26.
- CHHETRI, P. y ARROWSMITH, C. (2008): "GIS-based Modelling Recreational Potential of Nature-Based Tourist Destinations". *Tourism Geographies*, 10(2), pp. 233-257.
- CHEN, C-F y CHEN, F-S (2010): "Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists". *Tourism Management*, 31(1), 29-35.
- CRANDALL, D., BACKSTORM, L., HUTTENLOCHER, D., y KLEINBERG J. (2009): "Mapping the World's Photos". In *Proceedings of the 18th International WWW Conference* (pp. 761-770). New York: Association for Computing Machinery (ACM).
- DONAIRE, J.A. y GALÍ, N. (2011): "La imagen turística de Barcelona en la comunidad Flickr". *Cuadernos de Turismo*, nº 27, pp. 291-303.
- DONAIRE, J.A.; CAMPRUBÍ, R. y GALÍ, N. (2014): "Tourists clusters from Flickr travel photography". *Tourism Management Perspectives*, nº 11, pp. 26-33.
- GALÍ, N. y DONAIRE, J.A. (2006): "Visitor's behavior in Heritage Cities: The Case of Girona". *Journal of Travel Research*, 44 (4), pp. 442-448.
- GALÍ, N. y DONAIRE, J.A. (2015): "Tourists taking photographs: the long tail in tourists' perceived image of Barcelona". *Current Issues in Tourism*, DOI:10.1080/13683500.2015.1037255
- GARROD, B. (2008): "Exploring place perception. A Photo-based Analysis". *Annals of Tourism Research*. 35(2), pp. 381-401.
- GARROD, B. (2009): "Understanding the relationship between Tourism Destination Imagery and Tourist Photography". *Journal of Travel Research*, 47, pp. 346-358.
- GRINBERGER, A.Y.; SHOVAL, N. y MCKERCHER, B. (2014): "Typologies of tourists' time-space consumption: A new approach using GPS data and GIS tools". *Tourism Geographies*, DOI:10.1080/14616688.2013.869249
- HALDRUP, M. (2004): "Laid-Back Mobilities: Second-Home Holidays in Time and Space". *Tourism Geographies*, 6(4), pp. 434-454.
- HALLO, J.; BEECO, J.A.; GOETCHEUS, C.; MCGEE, J.; GARD, N. y NORMAN, W. (2012): "GPS as a Method for Assessing Spatial and Temporal Use Distributions of Nature-Based tourists". *Journal of Travel Research*, 51(5), pp. 591-606.

- HARTMANN, R. (1988): "Combining Field Methods in Tourism Research". *Annals of Tourism Research*, 5 (1), pp. 88-105.
- HAYWOOD, K.M. (1990): "Visitor-employed photography: an urban visit assessment". *Journal of Travel Research*, 29(1), pp. 25-29.
- LEW, A. y MCKERCHER, B. (2006): "Modeling tourist movements. A Local Destination Analysis". *Annals of Tourism Research*, 33(2), pp. 403-423.
- KEUL A. y KÜHEBERGER, A. (1997): "Tracking the Salzburg Tourist". *Annals of Tourism Research*, 24(4), pp. 1008-1012.
- KOZAK, M. (2001): "Repeaters' behavior at two distinct destinations". *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784-807.
- MACKAY, K.J., y COULDWAY, C.M. (2004): "Using Visitor-Employed Photography to Investigate Destination Image". *Journal of Travel Research*, 42, pp. 390-396.
- MARKWELL, K. y BASCHE, C. (1998): "Using personal Diaries to Collect Data". *Annals of Tourism Research*, 25(1), pp. 228-245.
- MCKERCHER, B. y CROS, H. (2003): "Testing a cultural tourism typology". *International Journal of Tourism Research*, 5(1), 45-58.
- MCKERCHER, B., SHOVAL, N., NG, E. y BIRENBOIM, A. (2012): "First y Repeat Visitor Behaviour: GPS Tracking and GIS Analysis in Hong Kong". *Tourism Geographies*, 14(1), pp. 147-161.
- PEARCE, D. (1988): "Tourist Time-Budget". *Annals of Tourism Research*, 15(1), pp. 106-121
- PETTERSSON, R. y ZILLINGER, M. (2011): "Time and Space in Event Behaviour: Tracking Visitors by GPS". *Tourism Geographies*, 13 (1), pp. 1-20.
- PORIA, Y., BUTLER, R. y AIREY, D. (2003): "The core of heritage tourism". *Annals of Tourism Research*, 30(1), 238-254.
- SHOVAL, N. y ISAACSON, M. (2006): "Application of Tracking Technologies to the Study of Pedestrian Spatial Behavior". *The professional geographer*, nº 58, pp. 172-183.
- SHOVAL, N. y ISAACSON, M. (2007): "Tracking Tourist in The Digital Age". *Annals of Tourism Research*, 34(1), pp. 141-159.
- SVENSON, B.; PETTERSSON, R. y ZAKRISSON, I. (2011): "Tracking tourists: Mobility, experiences and the supply-demand gap in a Swedish mountain resort". *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 3(2), pp. 1-19.
- TCHETCHICK, A.; FLEISCHER, A. y SHOVAL, N. (2009): "Segmentation of Visitors to a Heritage Site Using High-resolution Time-space Data". *Journal of Travel Research*, 48(2), pp. 216-229.

THORNTON, P.R.; WILLIAMS A.M. y SHAW, G. (1997): "Revisiting time-space diaries: an exploratory case study of tourist behaviour in Cornwall, England". *Environment and Planning*, nº 29, pp. 1847-1867.

WOLF, I.D.; HAGENLOH, G. y CROFT, D.B. (2012): "Visitors monitoring along roads and hiking trails: How to determine usage levels in tourist sites". *Tourism Management*, nº 33, pp. 16-28.

XIAO-TING, H. y BI-HU, W. (2012): "Intra-attraction Tourist Spatial-Temporal Behaviour Patterns". *Tourism Geographies*, 14(4), pp. 625-645.

***Tourists among monuments. The behavior of visitors in the historic center of Girona (2003 and 2013)***

***Abstract***

*This paper presents the results of studying the behavior of visitors in monumental spaces (year 2013). Combining various methods of research (direct observation not participated, questionnaires, GPS); and compare the results with data collected in a previous study conducted a decade earlier (2003).*

***Keywords:*** *Tourism behaviour, monumental city, GPS, Girona, Old Quarter*

Artigo recebido em 10/11/2015. Aceito para publicação em 15/12/2015