

27/09/2019

L'evolució de la Imatge Turística a través de les Guies Turístiques: el cas de Barcelona



La ciutat ha anat canviant i el turisme urbà ha guanyat importància. I això influeix en les imatges turístiques que les destinacions produeixen i fa que canviïn al llarg del temps. En la Tesi de Raul Morais s'analitza com ha anat canviant la imatge turística de Barcelona al llarg del temps a través de l'estudi de les corresponents guies turístiques de la ciutat.

Figura 1. Les 13 guies turístiques usades en aquesta Tesi.

La història de les guies turístiques no comença amb Pausànias, però la seva col·lecció de 10 volums sobre com visitar Grècia al segle II dC és la publicació més antiga que ha sobreviscut que tenia com objectiu explicar les destinacions als viatgers. Des d'aleshores, aquests llibres han acompanyat les persones que volen conèixer la seva propera destinació abans de desplaçar-s'hi. Les guies turístiques modernes van aparèixer a la dècada dels 30 del segle XIX amb els editors John Murray a Londres i Karl Baedeker a Koblenz i Leipzig. A partir d'aquests dos 'handbooks', els turistes moderns han pogut tenir un marc amb el qual definir els límits dels seus viatges.

Les destinacions sempre tenen una o diverses imatges turístiques. Aquestes poden conviure en el present o poden ser diferents a través dels anys. Algunes imatges son substituïdes i d'altres

son adaptades. Algunes son creades i d'altres son orgàniques. En fi, hi ha tantes imatges turístiques com destinacions per visitar i turistes per viatjar. De la mateixa manera, també hi ha vàries formes d'avaluar-les: targetes postals, fulletons d'agències de viatges, enquestes als visitants i un llarg etcètera. Un dels recursos menys estudiats, però, son les guies turístiques i aquesta recerca busca omplir aquest buit. En temps orwerllians d'aplicacions mòbils i pàgines web que suggereixen tot tipus d'atractius i activitats turístiques de manera canviat i que no deixen registre d'usos i significats anteriors, la utilització de guies turístiques en paper és un recurs adient per a tal d'entendre com les imatges turístiques han canviat al llarg del temps.

El Turisme ocorre en l'espai – tant en l'espai físic, com en l'espai social. Els canvis d'ús i significat d'allò que es considera turístic només poden ser entesos si la recerca té una mirada geogràfica cap el territori. A finals del segle XX, la Ciutat ha canviat i el Turisme urbà ha guanyat importància en els estudis geogràfics com un fenomen que ocupa indrets abans impensables pels turistes i aquestes noves experiències influeixen de manera contundent en les imatges que les destinacions produeixen.

Aquesta Tesi cerca d'entendre com els canvis en la imatge turística d'una destinació poden ser entesos a través de l'anàlisi de les seves guies turístiques publicades al llarg del temps. Per això, la Tesi entén que el mètode de la Teoria Fonamentada és la millor eina perquè habilita l'investigador a endinsar-se al fons de les dades per tal de buscar una teoria que expliqui com la guia presenta la destinació. Per a treballar amb una quantitat tan gran de dades, la utilització del software ATLAS.ti ha sigut important tant per a organitzar i analitzar les guies com per a extreure i presentar les dades i, no menys important, per a preservar els llibres tal i com van ser adquirits.

Per a tal de portar a terme la Teoria Fonamentada, feia falta una destinació concreta i les seves corresponents guies. L'interès de l'investigador per Barcelona ha sigut clau i la recerca s'ha centrat en l'evolució de la imatge turística de la capital catalana a través de les seves guies turístiques. Un total de 13 llibres en 5 llengües i 12 editorials han estat triats en una selecció no-aleatòria. L'estudi longitudinal ha examinat 128 anys de Turisme a Barcelona, des de 1888 –any de l'Exposició Universal– fins 2016. Gairebé totes les dècades han sigut estudiades i tots els grans esdeveniments han sigut contemplats.

Després d'analitzar les guies turístiques i exposar les seves teories a través de textos, mapes, xarxes i núvols de paraules, aquesta Tesi ha pogut concloure que –tot i que la ciutat hagi tingut diverses imatges turístiques all llarg d'aquests gairebé 130 anys– el Barri Gòtic de Barcelona és la principal imatge turística de la capital catalana des del començament del Turisme modern. També ha pogut comprovar que l'omnipresència d'Antoni Gaudí i les seves obres a l'imaginari turístic de la ciutat és relativament nou, més concretament després dels Jocs Olímpics del 1992. Per fi, aquesta recerca també ha sigut capaç de provar que les guies turístiques son una font fiable d'informació sobre la imatge turística d'una destinació i que aquest model pot ser utilitzat en altres destinacions.

Raul Suhett de Morais

Departament de Geografia

Universitat Autònoma de Barcelona

raulmorais@gmail.com

Referències

[View low-bandwidth version](#)