



**UNIVERSITAT
JAUME I**

ESTUDIO DE ACCESIBILIDAD A LA INFORMACIÓN TURÍSTICA EN DIVERSAS LENGUAS DE SAGUNTO Y PUERTO DE SAGUNTO.

Autora: Diana Galindo Bazataquí
DNI: 45911869-M
Supervisora: Begoña Bellés Fortuño
1ª Convocatoria Junio 2017
Grado en Turismo
2013 – 2017

RESUMEN:

El presente trabajo pretende revisar cuáles son los aspectos necesarios para optar a ser Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO y el proceso a seguir por las instituciones locales. En concreto repasaremos el caso de Sagunto y veremos qué acciones se han llevado a cabo hasta el momento para lograr que Sagunto forme en un futuro parte del Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO.

Este trabajo analiza también la procedencia de los turistas en Sagunto, y compara la afluencia de turistas entre los dos núcleos de Sagunto y Puerto de Sagunto. Además, se realiza un breve análisis de las demandas turísticas.

La parte central de trabajo se centra en el análisis de los diferentes folletos que se encuentran en las oficinas de turismo. Se analizará el formato en que se presentan, las imágenes, y la traducción que se realiza de los mismos.

El último bloque del trabajo recoge un análisis DAFO donde se analizan todos los aspectos mencionados anteriormente, y posteriormente encontramos un apartado con las conclusiones.

ABSTRACT:

The current project aims to review those aspects needed for a city to apply to be a World Heritage Site by UNESCO and which process to be followed by local institutions. Specifically, we will review the case of Sagunto and see what actions have been carried out so far to try to include Sagunto as part of the UNESCO World Heritage.

This project also analyzes the nationality of tourists in Sagunto, and compares the incursion of tourists between the two nuclei: Sagunto and Puerto de Sagunto. In addition, a brief analysis of the tourist demands is made.

The central part of the project focuses on the analysis of the different brochures found in tourist offices. It will analyze the format in which they are presented, the images, the structure and the translation done.

The last section of this project includes a SWOT analysis where all the aspects mentioned above are analyzed; later I will try to summarise the main conclusion according to the results obtained.

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN | 1 |
| 2. METODOLOGÍA | 1 |
| 3. SAGUNTO PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD | 2 |
| 3.1 PASOS GENERALES PARA SER PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD POR LA UNESCO..... | 2 |
| 3.2 PASOS LLEVADOS A CABO EN SAGUNTO | 3 |
| 3.3 MONUMENTOS DE SAGUNTO – PATRIMONIO HISTÓRICO- CULTURAL | 4 |
| 3.4 MONUMENTOS DE PUERTO DE SAGUNTO – PATRIMONIO HISTÓRICO-INDUSTRIAL ... | 4 |
| 4. ESTUDIO SOBRE TURISTAS EN SAGUNTO Y PUERTO DE SAGUNTO..... | 6 |
| 4.1 COMPARATIVA DE TURISTAS ENTRE AMBOS NÚCLEOS DE SAGUNTO | 6 |
| 4.2 PERFIL DEL TURISTA | 15 |
| 4.3 DEMANDA DE INFORMACIÓN..... | 18 |
| 5. DOCUMENTACIÓN ACCESIBLE A LOS TURISTAS..... | 19 |
| 5.1 TIPOS DE FOLLETO..... | 19 |
| 5.1.1 ANÁLISIS DEL CONTENIDO..... | 20 |
| 5.1.2 IDIOMAS..... | 24 |
| 5.1.3 TRADUCCIÓN..... | 25 |
| 5.2 ANÁLISIS DE LAS APP Y WEBS DE TURISMO DE SAGUNTO | 32 |
| 6. ANÁLISIS DAFO..... | 34 |
| 7. CONCLUSIONES..... | 37 |
| 8. BIBLIOGRAFÍA | 38 |
| 9. ANEXOS..... | 39 |

1. INTRODUCCIÓN

A continuación, se va a proceder al estudio de los pasos que se están llevando a cabo para que Sagunto sea considerado patrimonio de la humanidad de la UNESCO, Seguidamente se procederá a un estudio de la procedencia de turistas y sus demandas. Después veremos un análisis sobre tres tipos de folletos. Un análisis de las apps, redes sociales y webs. Un análisis DAFO sobre estos aspectos completará las conclusiones.

Uno de los objetivos de este trabajo es analizar los folletos turísticos, que son básicamente un método empleado para transmitir información a los turistas. En palabras de Dann (1996: 249) “so pervasive and essential is the language of tourism that, without it, tourism itself would surely cease to exist”.

También analizaré las distintas procedencias de los turistas en Sagunto, de modo que con una combinación de ambos se puede llegar a entender mejor cómo funciona el turismo, sobre todo en los municipios de Sagunto y Puerto de Sagunto que es de donde se han estudiado los folletos y los datos estadísticos.

2. METODOLOGÍA

En esta sección veremos la metodología empleada para llevar a cabo el estudio de la información. La primera parte del trabajo se centra en el proyecto que se está intentando llevar a cabo para que Sagunto sea Patrimonio de la UNESCO. A continuación, con ayuda de las estadísticas que realizan los trabajadores de las oficinas de turismo se analizan las procedencias y las demandas que se llevan a cabo tanto en Sagunto como en Puerto de Sagunto. A continuación, se realiza un estudio de seis tipos de folletos de ambos núcleos de población, la información que se encuentra en los folletos, las imágenes, y el tipo de folleto que es. Además se analiza la forma en que se muestran redactados los folletos, viendo si hablamos de traducciones totales, mixtas o si no existe traducción. Seguimos con un análisis de las webs, apps y redes sociales.

El siguiente paso llevado a cabo es un análisis DAFO donde quedan indicados los puntos fuertes, amenazas, debilidades y oportunidades, como conclusión.

3. SAGUNTO PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD

3.1 PASOS GENERALES PARA SER PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD POR LA UNESCO

Tal y como recoge la web *Eroski Consumer* (Fundación EROSKI; consultada 17-5-2017.), el proceso para que una ciudad sea declarada Patrimonio Mundial de la Humanidad comienza cuando un Estado creando un inventario de bienes excepcionales, y candidatos a ser reconocidos como Patrimonio Histórico se entrega en el Centro de Patrimonio Mundial de la Unesco. En nuestro país es el Consejo de Patrimonio Histórico el órgano responsable de elaborar este inventario, ya que responde como órgano consultivo donde todas las Comunidades Autónomas se encuentran incluidas. El Consejo del Patrimonio Histórico español es el encargado de elevar al consejo central la lista de aspirantes a ser Patrimonio Histórico de la Humanidad, este listado incluye la justificación de porqué un destino debe ser elegido patrimonio en comparación con otros destinos y destacando aquellos aspectos de interés. Es a partir de ese momento cuando las autoridades nacionales determinan cuales son las candidaturas más importantes y establecen un orden según las recomendaciones por las "Orientaciones operacionales para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial". El final del proceso, tal y como nos indica la Fundación Eroski se lleva a cabo cuando los expedientes se envían al Centro del Patrimonio Mundial antes del 1 de febrero para ser sometidos al Comité del Patrimonio Mundial en la sesión del próximo año (mes de junio). La inclusión de bienes culturales o naturales en la lista se efectúa siguiendo un procedimiento definido. En este momento entran en escena los Órganos Consultivos que intervienen gracias a su red de expertos para evaluar *in situ* cada proposición. Sus informes serán estudiados por el Comité del Patrimonio Mundial, primero en su reunión de junio, y después durante la sesión del mes de diciembre, en donde se completarán eventualmente las proposiciones de inscripción y se decidirá finalmente su inclusión o no en la lista del Patrimonio Mundial.

3.2 PASOS LLEVADOS A CABO EN SAGUNTO

En lo referente al proceso para presentar Sagunto ante la UNESCO como ciudad declarada Patrimonio Mundial de la Humanidad, lo que se conoce hasta el momento es que ha dado comienzo este proceso con la formación del Consejo Asesor del Patrimonio de la Humanidad. Esta formación tiene lugar en audiencia pública en el salón de plenos del Excelentísimo Ayuntamiento de Sagunto el miércoles 14 de diciembre de 2016 tal y como recoge (Gabinete de Comunicación Excmo. Ayuntamiento de Sagunto <http://www.aytosagunto.es> 2016).

“La comisión científica, presidida por la catedrática en arqueología Carmen Aranegui, será la encargada de elaborar la candidatura propiamente dicha en función de los informes y los estudios preceptivos para preparar el expediente. Dicha comisión estará constituida por representantes de diferentes instituciones como son el Consell Valencià de Cultura, las universidades de Valencia, Alicante, la Politécnica de Valencia y la Jaume I de Castellón, así como Emilia Hernández y Matías Calvo de la Conselleria de Cultura y Carla Flors y José Luis Nebot del Ayuntamiento de Sagunto.

La comisión cívica, que se encargará de la dinamización de la ciudadanía así como de la concienciación o de la divulgación del trabajo que se haga, estará presidida por Fernando Delgado y formada por diferentes colectivos como son la Asociación de Guías del Camp de Morvedre, Centro de Estudios del Camp de Morvedre, Colectivo por el Patrimonio Histórico, Voluntarios por el Patrimonio Histórico Saguntino, Centro Arqueológico Saguntino, Saguntum Civitas, Campaners del Camp de Morvedre Pasión por Sagunto, Ludere te Discere, Patrimonio Militar de Sagunto, Amigos Escuela de Aprendices, Asociación Memoria Industrial y Movimiento Obrero y la Asociación Patrimonio Industrial Valenciano.

Por último, la comisión de estudios locales que preside Manuel Civera, cuyos miembros pondrán en valor y referenciarán las investigaciones locales realizadas hasta ahora o que se puedan llevar a cabo en el futuro en función de los objetivos y las necesidades de la candidatura, la conformará Antonio Ortiz López, Tàrsilo Caruana, Vicente Vayá Pla y Gabriel Castelló Alonso.”

Relación de miembros que constituyen el Consejo Asesor del Patrimonio de la Humanidad: Ayuntamiento de Sagunto, publicado en diciembre 2016 en ([Http://www.aytosagunto.es](http://www.aytosagunto.es) 2016)

3.3 MONUMENTOS DE SAGUNTO – PATRIMONIO HISTÓRICO- CULTURAL

El Patrimonio Histórico de Sagunto que se pretende poner en valor y que se busca incluir dentro de este proyecto comienza con el Castillo de Sagunto, de 1 km de longitud y declarado Monumento Nacional en 1931 que posee en su interior un Museo Epigráfico. Otro de los monumentos que se incluirá dentro del proyecto es el Teatro Romano, ubicado unos metros abajo del Castillo, fue construido en el siglo I y sin duda es junto con el Castillo uno de los puntos más transitados por los turistas. El Teatro fue rehabilitado años atrás, si bien esta renovación no gusta a la mayoría de los turistas ni de los habitantes de Sagunto. Además, el Teatro de Sagunto durante los meses de verano ejerce su función como tal, ya que se realizan actuaciones en el propio escenario que forman parte de la programación cultural que organiza el Departamento de Cultura de Sagunto y que forma parte de la programación de *Sagunt a Escena*. El Museo Histórico ubicado en la Calle Castillo, es un edificio gótico que recoge restos arqueológicos (hallazgos que se han encontrado en teatro, castillo y en excavaciones realizadas en Sagunto a lo largo del tiempo). Los espacios arqueológicos de la vía del pórtico y Domus dels Peixos (domus de época romana), junto con el centro de recepción de visitantes, también conocido como Casa dels Berenguer, además de la Judería (barrio con calzada judía), restos del muro del Templo de Diana, Puerta del Circo Romano, zona del calvario, Ermita de la Sangre, Iglesia de Santa María, Iglesia del Salvador y la Plaza Mayor.

3.4 MONUMENTOS DE PUERTO DE SAGUNTO – PATRIMONIO HISTÓRICO-INDUSTRIAL

En cuanto al Patrimonio Histórico e Industrial de Puerto de Sagunto es necesario indicar que este patrimonio es únicamente visitable de manera exterior. El elemento más importante y el mayor símbolo es sin lugar a dudas el Horno Alto nº2. Este horno se construyó en 1922 y se realizó una obra de rehabilitación del mismo en 2012, se inauguró por el que era entonces Presidente de la Generalitat Valenciana, Alberto Fabra para ser visitable el 29-5-2012 ([ver anexo 1](#)) y recibió el premio “Gran Premio Europa Nostra 2012” ([ver anexo 2](#)) a la mejor rehabilitación para la conservación de un monumento. Sin embargo y pese a ser el mayor atractivo turístico de Puerto de Sagunto tal y como recoge “El Económico” (periódico local) las visitas se encuentran suspendidas “por no poder pagar el seguro de responsabilidad civil” ([ver anexo 3](#)), un hecho que a fecha de hoy aún sigue sin resolverse, que aunque parece que existe la intención de solventarlo no se sabe exactamente en qué momento se producirá la reapertura del mismo. Otros

edificios, considerados también parte del patrimonio y recursos turísticos, podemos encontrarlos también cerrados en la actualidad, aunque también llegaron a utilizarse en el pasado y eran edificios de gran atractivo turístico, como es el edificio de talleres generales, conocido como “La Nau” ([ver anexo 4](#)). Este edificio permanecía cerrado y no se empleaba para nada y que en 2001 se inauguró como edificio para albergar actuaciones de tipo cultural, pero en 2009 el edificio queda cerrado y desde entonces no se ha dado ningún uso nuevo. Según recoge un artículo publicado en junio de 2016 en Plaza, la adaptación de “La Nau” para que pudiera tener un uso turístico-cultural costó la friolera de 27 millones de euros. Una cifra muy considerable si tenemos en cuenta que en la actualidad nadie puede disfrutar del edificio, entre otras cosas porque también implicaría tener que pagar un seguro de responsabilidad social, y si vemos como es la situación del Horno Alto podemos hacernos una idea de que es un asunto delicado, que ni tan siquiera puede llegar a ser viable de momento, al menos, sobre todo si tenemos en cuenta que también existe una disputa por saber quién es el propietario del propio edificio, si la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales o la Generalitat Valenciana, ya que existe una disputa entre ambos por hacerse con la propiedad del edificio. En cuanto al resto de edificios que se pueden ver, el almacén de efectos y repuestos, el antiguo hospital, la iglesia de Begoña, el economato y cooperativa de Altos Hornos del Mediterráneo (AHM), el casino recreativo, oficinas y gerencia, la “Ciudad Jardín”, el barrio obrero, y el conocido hoy en día como Centro Cívico, antiguo sanatorio que atendía las pequeñas heridas de los trabajadores y que actualmente sirve para realizar diversos actos.

4. ESTUDIO SOBRE TURISTAS EN SAGUNTO Y PUERTO DE SAGUNTO.

4.1 COMPARATIVA DE TURISTAS ENTRE AMBOS NÚCLEOS DE SAGUNTO

Tal y como podemos observar en la **FIGURA 1**, gráfico creado a partir de la publicación realizada en el periódico “El Económico”, vemos los datos de ocupación turística de los núcleos de población de Sagunto y Puerto de Sagunto. En este gráfico se establece una comparativa por años, durante los meses de julio y agosto. Podemos observar como durante el mes de julio la ocupación turística es menor que en agosto. Vemos como durante el año 2014 la ocupación es del 65%, y durante el mes de agosto la ocupación sube hasta el 74%, sin embargo, estos datos de ocupación se ven claramente por debajo del nivel de ocupación real que se da durante los años 2015 y 2016. El principal motivo de esta fluctuación es la crisis económica que afectó duramente a los turistas que normalmente tomaban como destino turístico Sagunto y Puerto de Sagunto, es por ello que podemos ver cómo a partir del 2015 se comienza a ver un remonte del nivel de ocupación, alcanzando el 90% durante el mes de agosto, cifra que se iguala en el año 2016 y que en el mes de julio de ese mismo año sólo se queda un 2% por debajo de esa ocupación máxima.

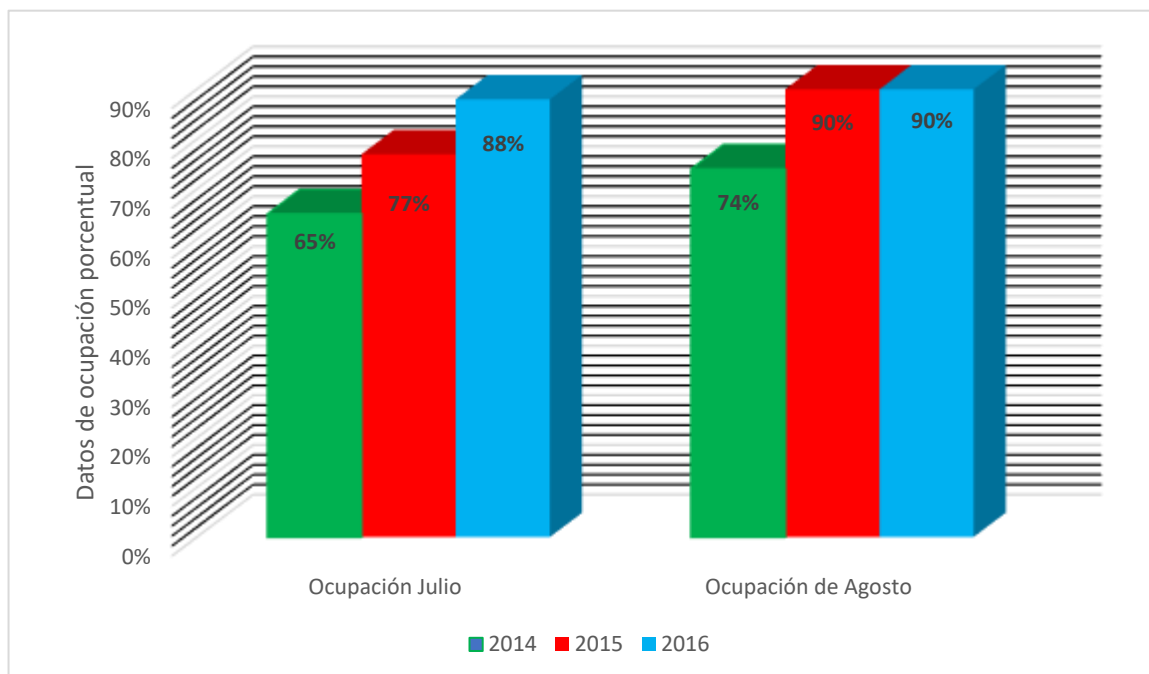


Figura 1: Datos de ocupación turística en Sagunto y Puerto de Sagunto durante los meses de julio y agosto durante los años 2014,2015 y 2016. (Delegación de Turismo: Oficinas de Turismo Sagunto / Puerto de Sagunto. Diario “El Económico” publicado 9 Sept. 2016 consultado 28-3-2017)

Si continuamos con el análisis de figuras, en a la **FIGURA 2** podemos observar que la afluencia de turistas durante el mes de julio tanto en 2015 como en 2016 fue más elevada que en agosto. Si bien durante el mes de agosto existe una mayor cantidad de demanda de información en las oficinas de turismo de Sagunto y Puerto de Sagunto, esto se debe sobre todo a la celebración de las fiestas patronales de Puerto de Sagunto, y al hecho de que el mes de agosto es el mes de mayor afluencia de turistas en ambos núcleos.

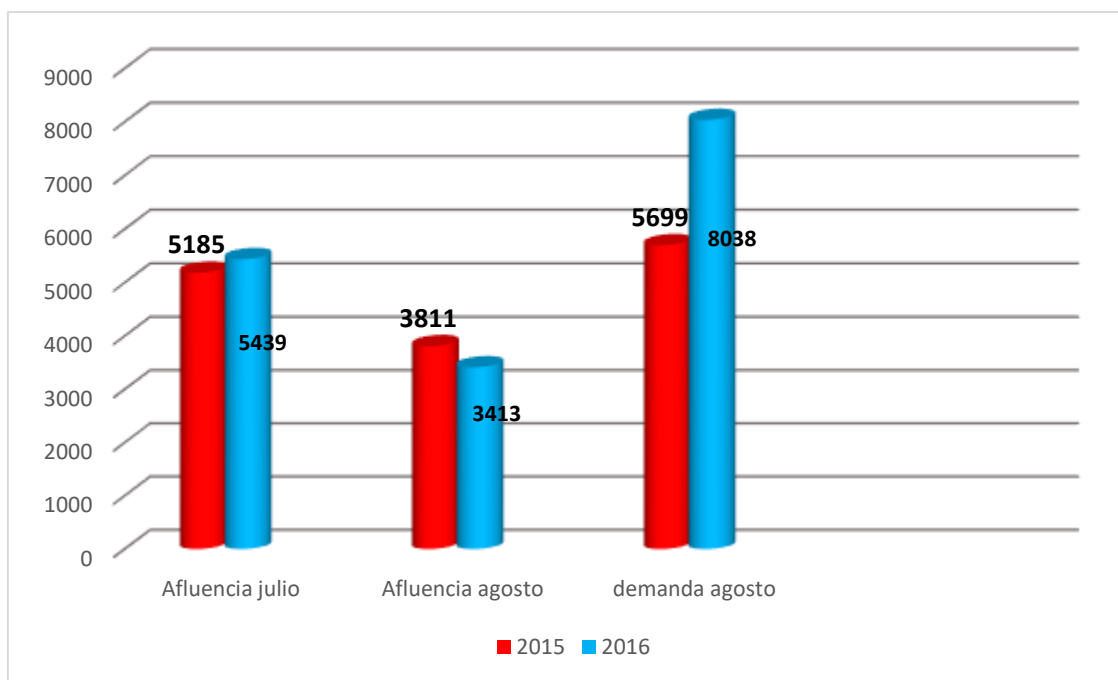


Figura 2: Datos de afluencia de turistas y demandas de información en las Oficinas de Turismo de Sagunto y Puerto de Sagunto en los meses de julio y agosto correspondientes a los años 2015 y 2016. (Delegación de Turismo: Oficinas de Turismo Sagunto / Puerto de Sagunto. Diario "El Económico" publicado 9 Sept. 2016 consultado 28-3-2017)

Si procedemos al análisis de los datos por trimestre correspondientes al año 2015 sobre las procedencias de las demandas en una comparativa entre Sagunto y Puerto de Sagunto **-FIGURA 3 Y FIGURA 4-** podemos observar lo siguiente: en primer lugar, podemos ver que el país del que más turistas vienen a ambos núcleos se corresponde con Francia. Vemos que en el tercer trimestre, correspondiente a los meses de julio, agosto y septiembre, periodo estival, la afluencia de turistas franceses es ciertamente muy elevada. En cuanto al resto de países sí que podemos observar como América del Norte, América del Sur, Italia, Reino Unido o Alemania alcanzan cifras por encima de 200 visitantes anuales en el núcleo de Sagunto, sin embargo, en el núcleo de Puerto de Sagunto la afluencia de turistas de estos países en el año 2015 no llega a superar los 200 turistas.

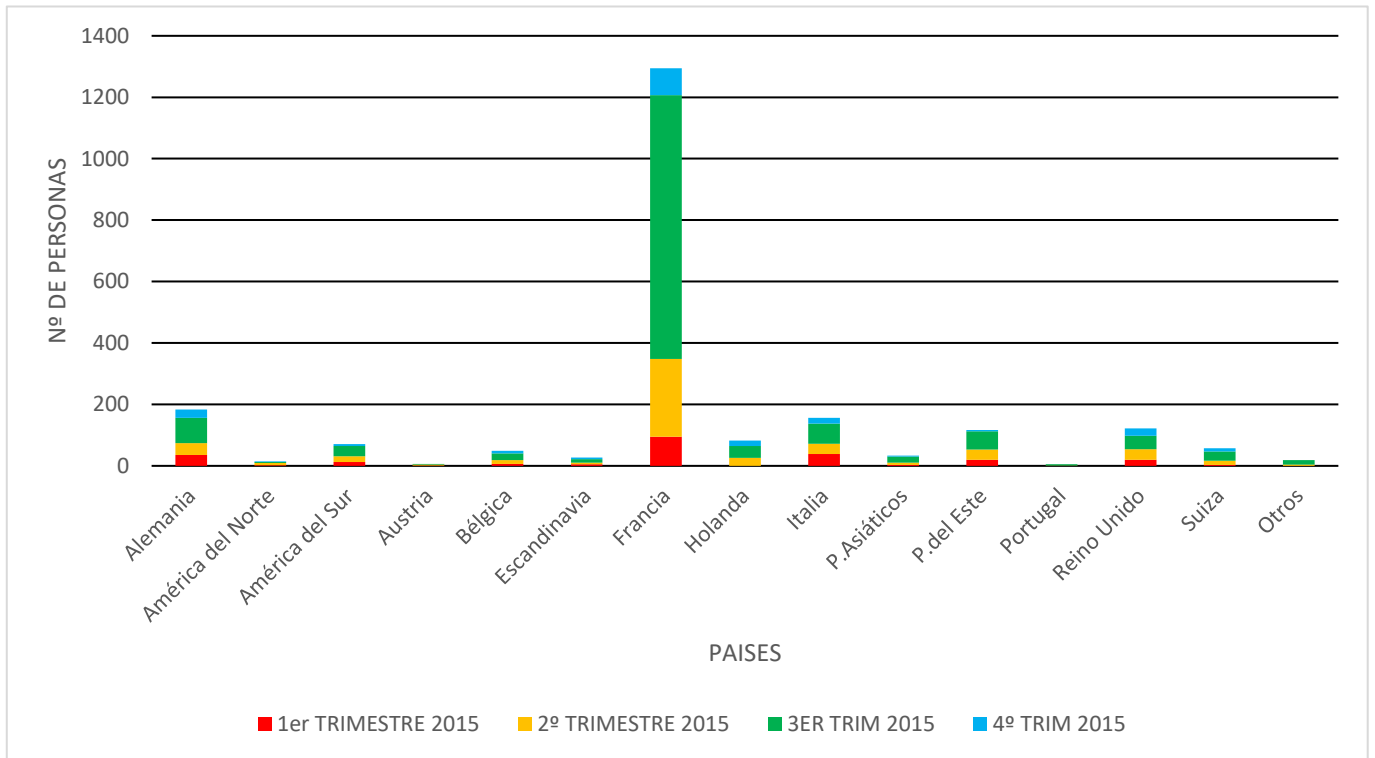


Figura 3: Procedencia de demandas internacionales en mostrador por trimestre correspondientes al año 2015 en Puerto de Sagunto. (Delegación de Turismo: Oficinas de Turismo Sagunto / Puerto de Sagunto. Estadísticas 2015 (ver anexo 5))

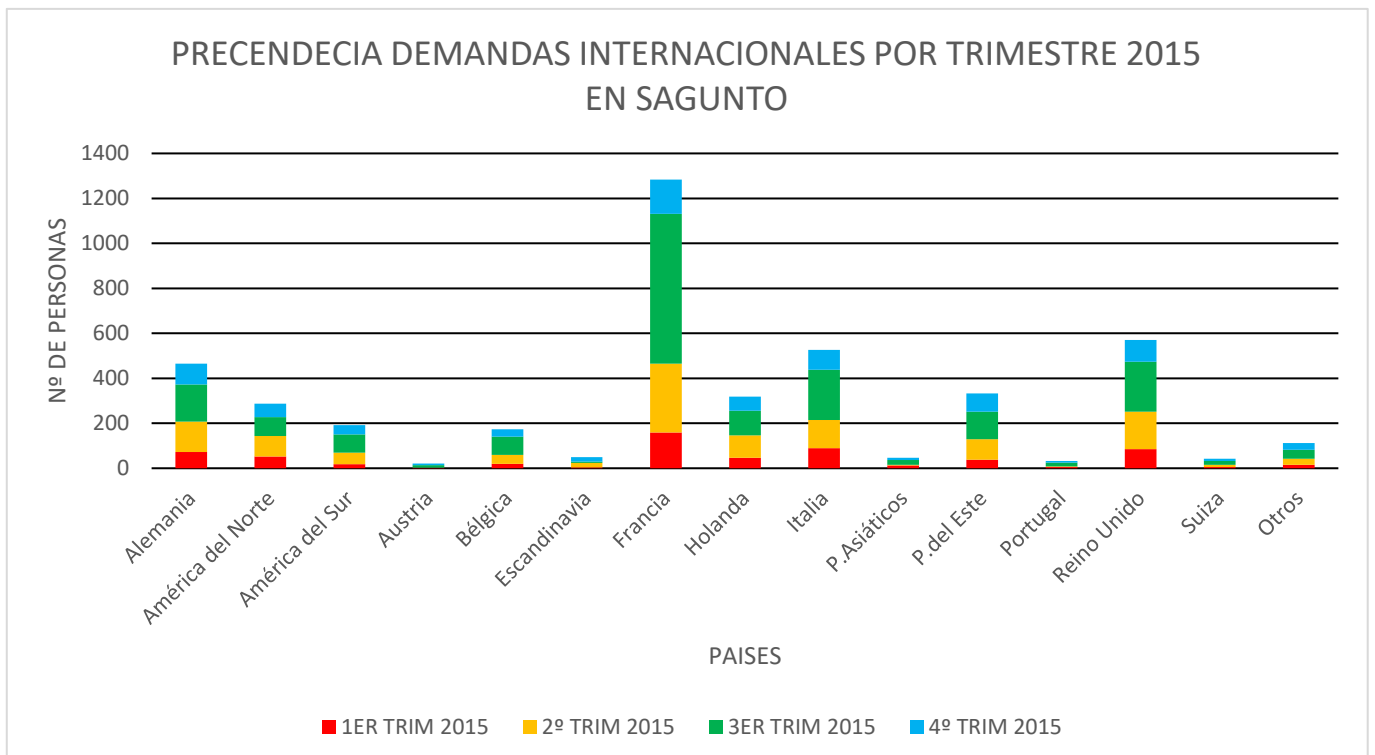


Figura 4: Procedencia de demandas internacionales en mostrador por trimestre correspondientes al año 2015 en Sagunto. (Delegación de Turismo: Oficinas de Turismo Sagunto / Puerto de Sagunto. Estadísticas 2015 (ver anexo 5))

Si continuamos con el análisis comparativo por procedencia de turistas internacionales en 2016 por trimestre en ambos núcleos -**FIGURA 5** y **6**- podemos observar cómo se da una situación similar a la del 2015. El principal país exportador de turistas es Francia, donde destaca la afluencia de turistas sobre todo durante el tercer trimestre, periodo estival. Los datos de turistas extranjeros en Puerto de Sagunto entre los años 2015 -**FIGURA 3**- y los datos de 2016 -**FIGURA 5**- si son comparados podemos ver como no existe apenas diferencia. En ambos casi la mayor afluencia de turistas franceses se produce durante el periodo estival, alcanzando cerca de 1300 turistas franceses al año. Mientras que Alemania, Italia, Países del Este, Reino Unido y América del Sur son el resto de países de donde más turistas proceden, pero con una afluencia mucho menor ya que en un año no llegan a superar los 200 turistas. Sin embargo, si realizamos una comparativa entre los turistas que visitaron Sagunto entre los años 2015 -**FIGURA 4**- y 2016 -**FIGURA 6**- podemos ver como sí que se aprecian diferencias. La más destacable sin duda es el aumento de turistas franceses que pasas de ser unos 1300 en el año 2015 a ser cerca de 1600 en el año 2016. También se da un aumento de los turistas alemanes quienes pasan de ser poco más de 400 en el 2015 a ser casi 600 turistas los que visitan Sagunto en el año 2016. Algo similar ocurre con el caso de Reino Unido quien también aumenta el número de turistas del año 2015 al 2016 en casi 200 turistas más. Este aumento de turistas ingleses y también de turistas alemanes se debe sobre todo a un repunte de afluencia de turistas durante los meses de octubre, noviembre y diciembre coincidiendo con el último trimestre, ello se debe a que el clima de la zona de Sagunto y Puerto de Sagunto es bastante suave en comparación con el de sus países de procedencia, algo que sin ninguna duda hace que sean dos zonas más atractivas todavía si cabe para ellos.

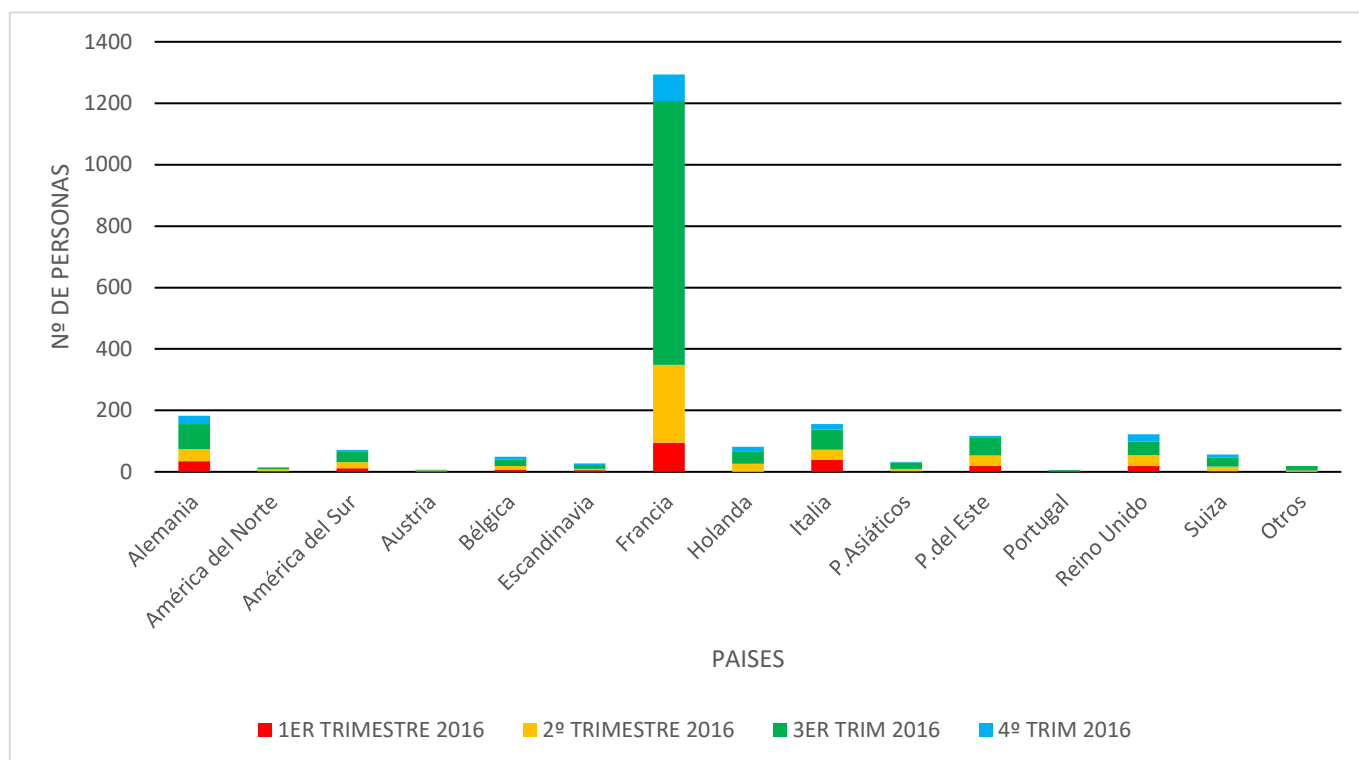


Figura 5: Procedencia de demandas internacionales en mostrador por trimestre correspondientes al año 2016 en Puerto de Sagunto. (Delegación de Turismo: Oficinas de Turismo Sagunto / Puerto de Sagunto. Estadísticas 2016 (ver anexo 5))

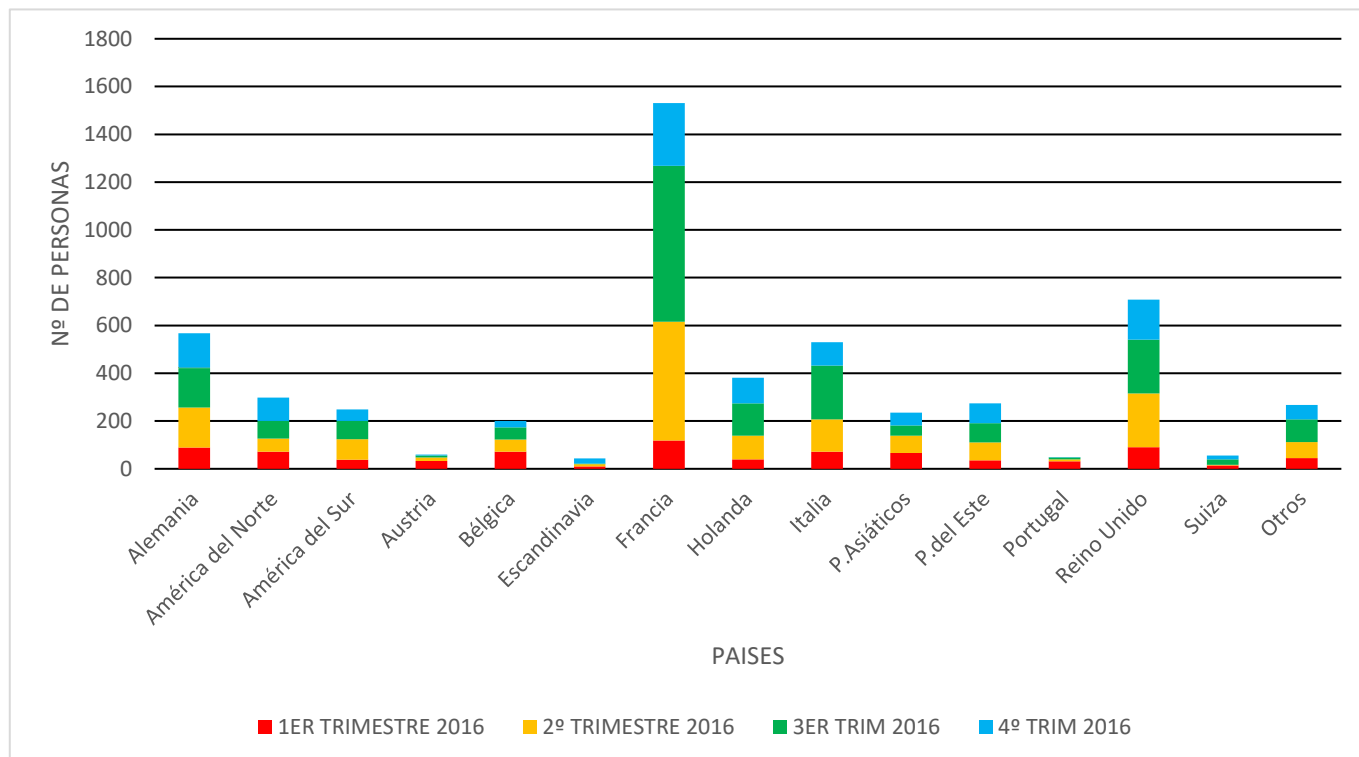


Figura 6: Procedencia de demandas internacionales en mostrador por trimestre correspondientes al año 2016 en Puerto de Sagunto. (Delegación de Turismo: Oficinas de Turismo Sagunto / Puerto de Sagunto. Estadísticas 2016 (ver anexo 5))

Si analizamos en detalle las demandas realizadas en ambas oficinas en el año 2015 -**FIGURA 7**- teniendo en cuenta únicamente los países que cuentan con al menos un trimestre con una afluencia de 100 turistas podemos decir lo siguiente; el caso que destaca notablemente es Francia con una afluencia de turistas muy notable en puerto de Sagunto durante el tercer trimestre, esa afluencia de turistas franceses es igualmente elevada en Sagunto, sin embargo debido a que Puerto de Sagunto cuenta con la zona de playa la afluencia de turistas franceses en el tercer trimestre es más elevada. Si observamos el resto de trimestres vemos como por el contrario la afluencia de turistas franceses es mayor en el casco histórico de Sagunto, ya que en todas las comparativas queda muy remarcado que la afluencia de turistas es mayor en Sagunto.

En cuanto al resto de países podemos observar como la mayoría de turistas se decanta en mayor número por visitar la ciudad de Sagunto, hecho que no deja sino en evidencia el buen aprovechamiento de los recursos turísticos de la ciudad, algo que aún debe mejorarse en la zona industrial de Puerto de Sagunto, ya que durante el año 2015 el único recurso turístico que resultaba verdaderamente atractivo para el turista eran las visitas guiadas al Horno Alto de Puerto de Sagunto.

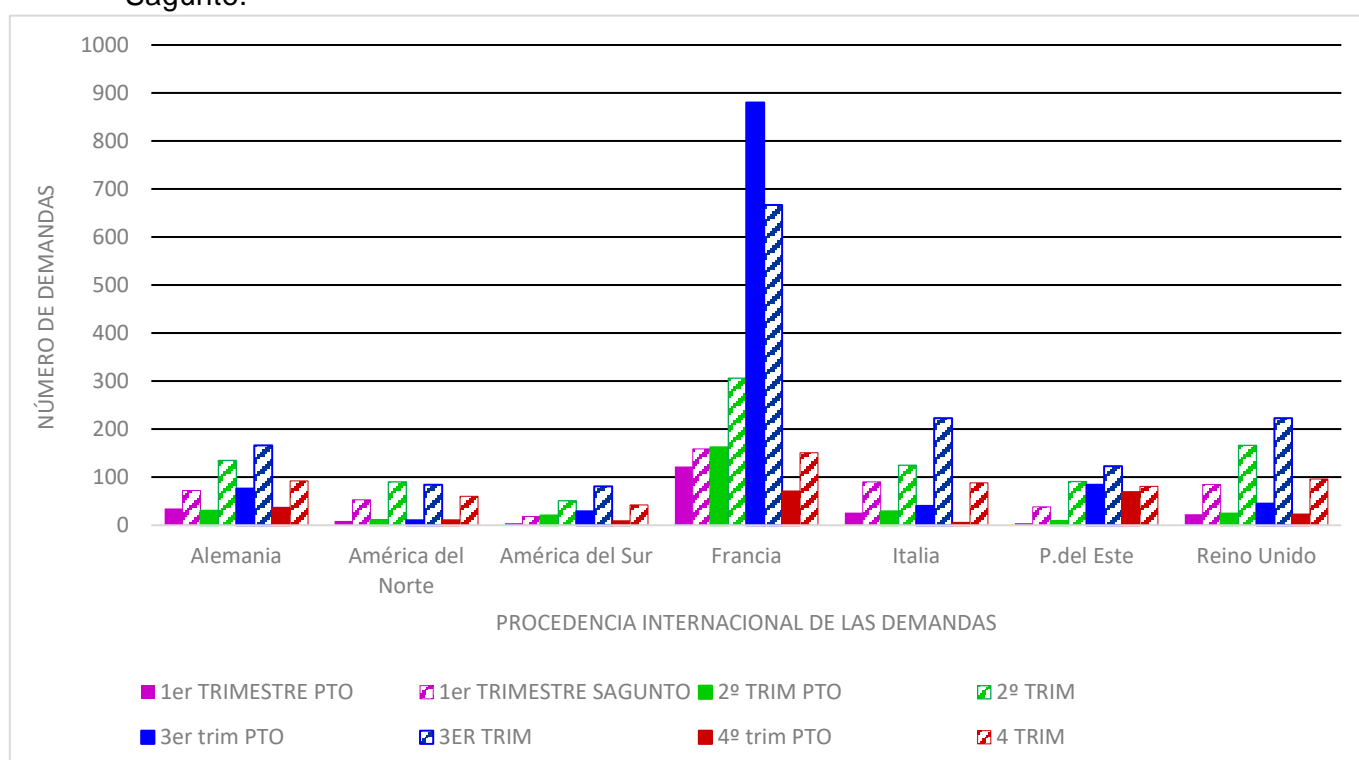


Figura 7: Comparativa de demandas internacionales en mostrador por trimestre correspondientes al año 2015 entre Sagunto y Puerto de Sagunto. (Delegación de Turismo: Oficinas de Turismo Sagunto / Puerto de Sagunto. Estadísticas 2015 (ver anexo 5))

Analizando la **FIGURA 8** podemos ver como ocurre algo similar al año 2015 en el año 2016. La afluencia de turistas de origen francés es más elevada durante el periodo estival, de nuevo coincidiendo con el buen clima y con el hecho de que Puerto de Sagunto es la zona de playa. Por otro lado, algo que hay que remarcar también es que el hecho de que los turistas acuden en su mayoría a visitar el núcleo de Sagunto y la afluencia de turistas disminuye en Puerto de Sagunto debido a la finalización de las visitas al Horno Alto que pertenece al Patrimonio Industria de Puerto de Sagunto. Este hecho se produce por problemas con el patrocinio y por el alto coste del mantenimiento del seguro del mismo, coste que por el momento el Ayuntamiento no parece poder hacer frente por completo y que está trabajando en ver cómo se puede solucionar este hecho para poder volver a reabrir el Horno Alto. Hay que resaltar que fue premiado por ser un ejemplo de la buena rehabilitación de un instrumento del Patrimonio Industrial. Este hecho junto con el hecho de que todo el patrimonio de Puerto de Sagunto es únicamente visitable por fuera hace que el turista vea menos atractivo el patrimonio industrial y que decide encaminarse a la ciudad de Sagunto donde puede visitar el Patrimonio Histórico.

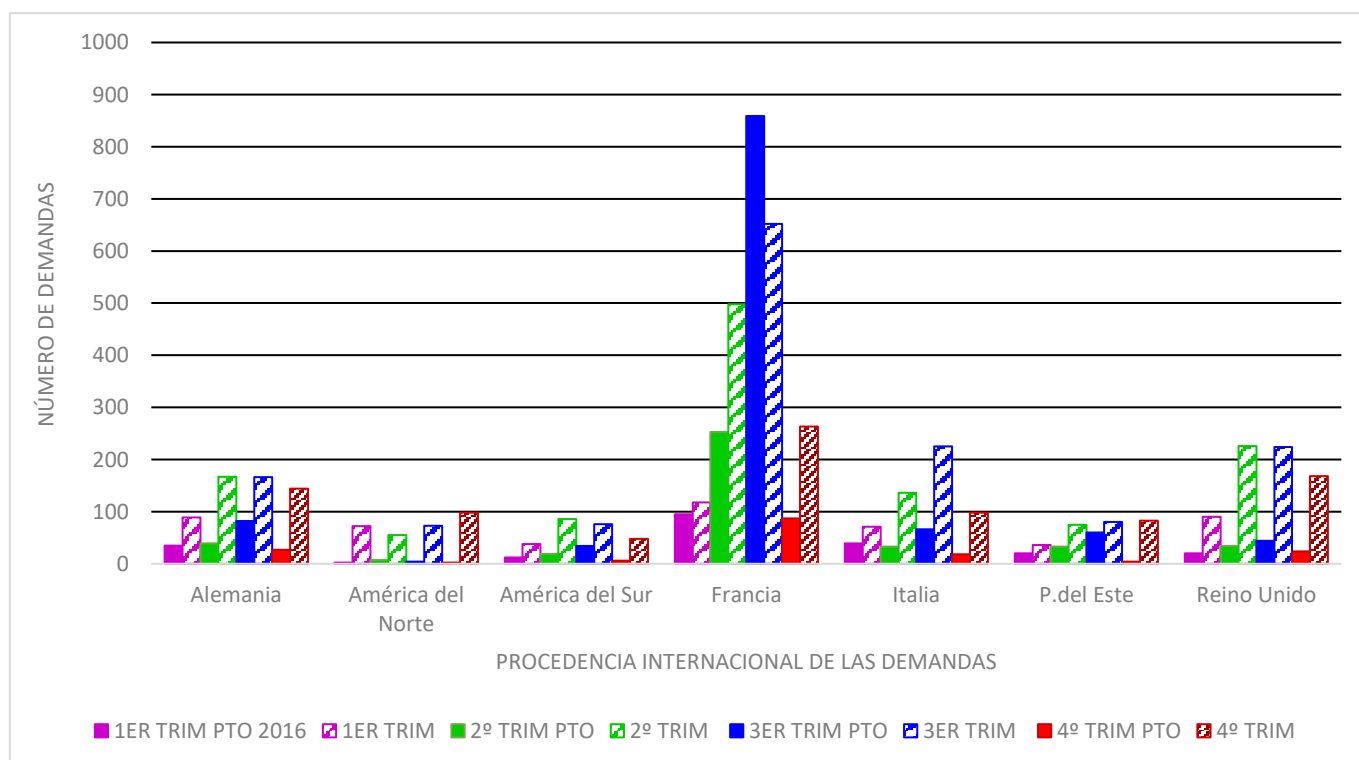


Figura 8: Comparativa de demandas internacionales en mostrador por trimestre correspondientes al año 2016 entre Sagunto y Puerto de Sagunto. (Delegación de Turismo: Oficinas de Turismo Sagunto / Puerto de Sagunto. Estadísticas 2016 (ver anexo 5))

Si pasamos a analizar la cantidad de demandas de información por país realizadas en la oficina de turismo de Sagunto en el año 2016 podemos observar como existe una mayor cantidad de demandas en la zona de Sagunto. Sin embargo, los datos son bastantes similares a los de las demandas recibidas en Puerto de Sagunto, se ve muy marcada la diferencia, con mayor afluencia en Sagunto, en los países de Alemania, América del Norte, América del Sur, y Reino Unido. Esto se debe a que este tipo de turista busca en su mayoría visitar los restos del Patrimonio Histórico de Sagunto. Sin embargo, en el caso de Suiza, vemos como se decantan más por visitar la zona de Puerto de Sagunto (playa, Patrimonio Industrial), aunque podemos ver que no despunta claramente sobre las demandas de turistas suizos en Sagunto. Estas demandas realizadas por turistas suizos son las más parejas que podemos encontrar al analizar la **FIGURA 9**, ya que en los otros países siempre encontramos diferencias donde destaca siempre por un mayor número de demandas de turismo la ciudad de Sagunto.

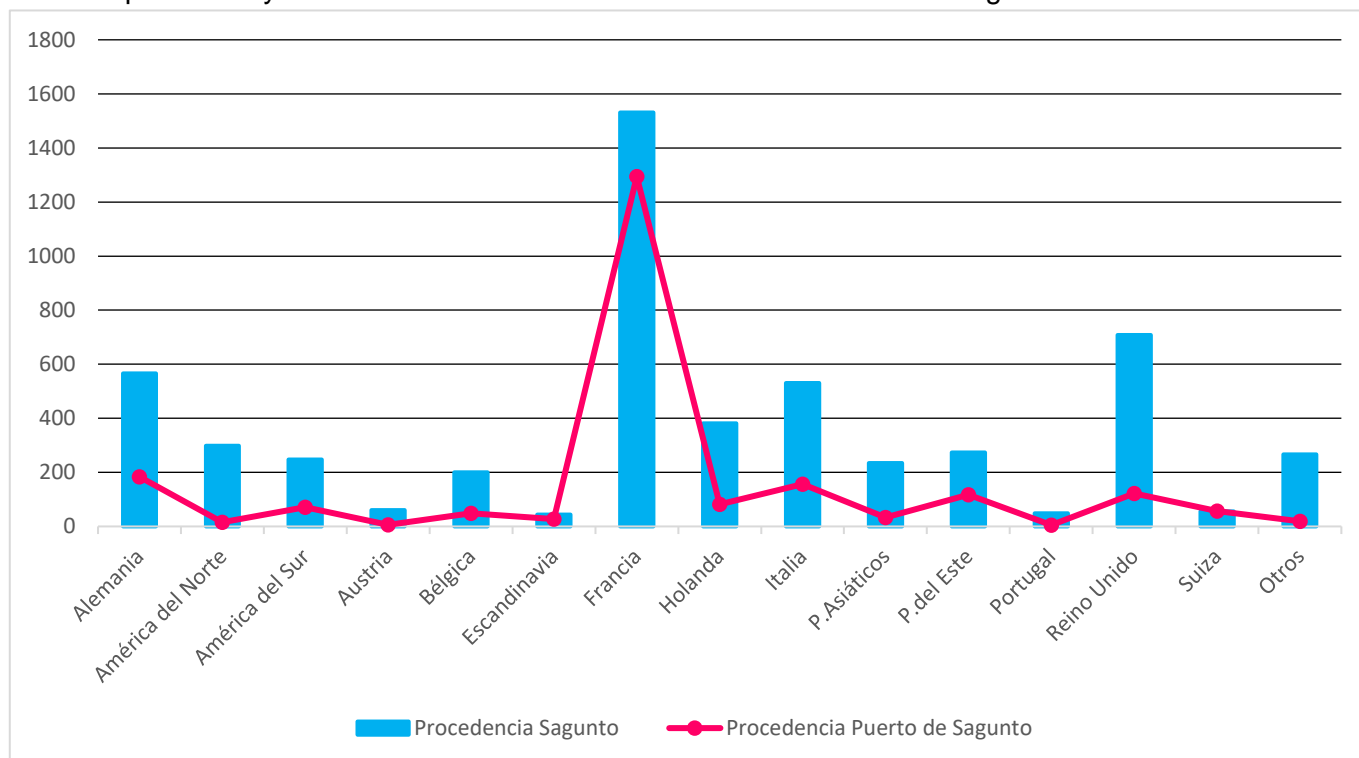


Figura 9: Procedencia internacional de demandas en mostrador correspondientes al año 2016 entre Sagunto y Puerto de Sagunto. (Delegación de Turismo: Oficinas de Turismo Sagunto / Puerto de Sagunto. Estadísticas 2016 (ver anexo 5))

Pasando al análisis de la **FIGURA 10**, entramos a realizar el estudio de turistas de procedencia nacional que visitan los núcleos de Sagunto y de Puerto de Sagunto. Al realizar este análisis vemos como la mayor parte de demandas nacionales observadas en Sagunto son de procedencia de la Comunidad Valenciana, ello se debe a que muchos habitantes de municipios de los alrededores aprovechan la proximidad de Sagunto para realizar turismo, de igual manera vemos que existe una gran demanda de información por parte de los propios habitantes de Sagunto, ello se debe a que acuden a menudo a la oficina para recibir las últimas novedades sobre actividades que se realizan en el núcleo de Sagunto, y sobre todo esta afluencia se nota cuando hay fechas muy señaladas como son Fallas, Fiestas patronales de Sagunto en Julio, y Semana Santa además del mercado medieval de Octubre.

Sin embargo, podemos ver como en el núcleo de población de Puerto de Sagunto la tendencia es diferente, la mayor parte de demandas tienen su origen en turistas de Madrid, quienes ven atractivo el destino de Puerto de Sagunto por su buen clima, buena disposición urbanística y como punto claramente destacable por el hecho de que hay una playa de 1.210 metros de longitud con arena fina y con reconocimiento por su buena calidad ya que lleva varios años con la concesión de la bandera azul.

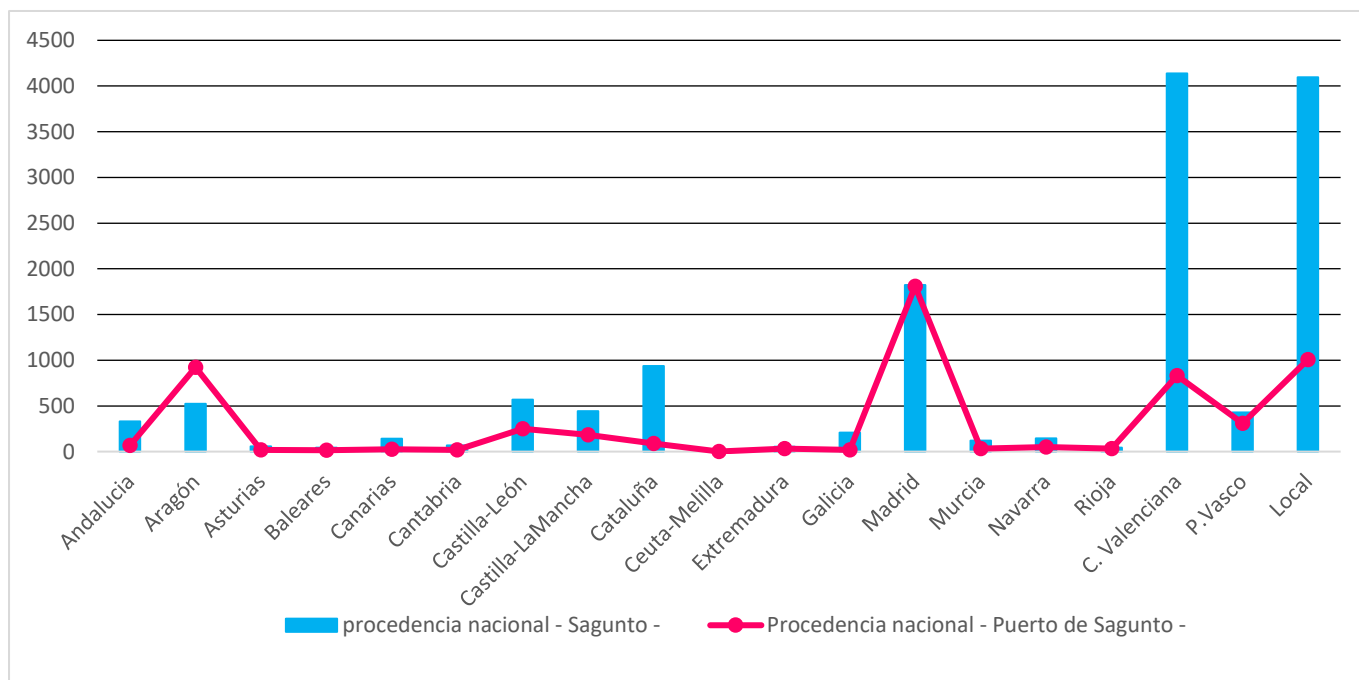


Figura 10: Procedencia nacional de demandas en mostrador correspondientes al año 2016 entre Sagunto y Puerto de Sagunto. (Delegación de Turismo: Oficinas de Turismo Sagunto / Puerto de Sagunto. Estadísticas 2016 (ver anexo 5))

Para finalizar con el análisis comparativo sobre turistas de Sagunto y Puerto de Sagunto, podemos ver el siguiente gráfico, **FIGURA 11**, en este gráfico vemos las demandas totales que se han realizado en el año 2016 tanto a nivel nacional como a nivel internacional. En el Puerto de Sagunto vemos que las demandas son 7.947, unas 11.700 demandas turísticas menos que en el núcleo de Sagunto. Ello se debe a que el turismo de Sagunto es menos estacionario que el de Puerto de Sagunto, ya que los monumentos se pueden visitar en cualquier momento del año, e incluso durante el invierno o la primavera, debido a que el clima es más suave, puede ser más interesante visitar el centro histórico de Sagunto, por el contrario, la zona del núcleo de Puerto de Sagunto tiene un tipo de turismo más estacionario, en verano es cuando se dan mayor cantidad de visitas, ello se debe a que el turismo que se da en Puerto de Sagunto es más de sol y playa. Además en este núcleo los monumentos pertenecientes al Patrimonio Industrial no son visitables por el interior, ello hace que el interés de los turistas por visitarlos, aunque sea externamente sea más bajo.

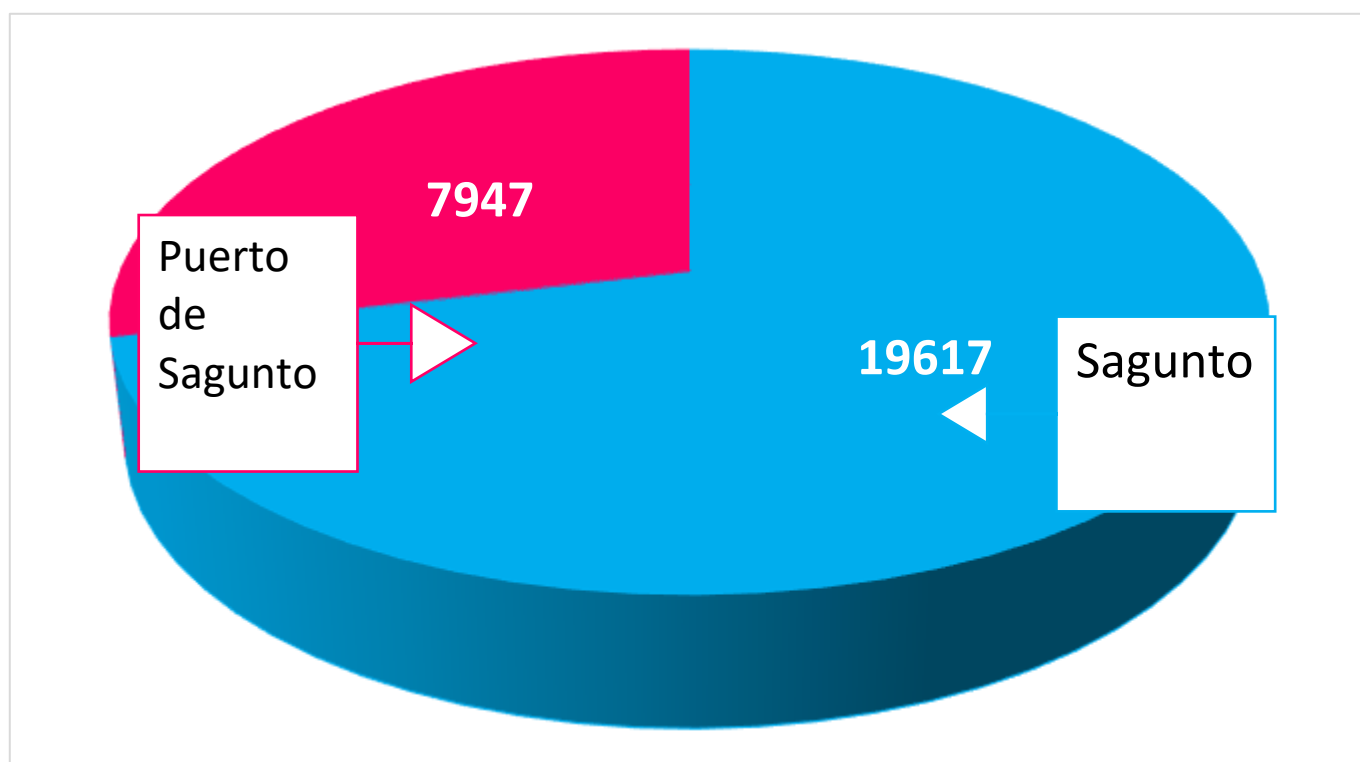


Figura 11: Total demandas de información en mostrador, de procedencia nacional e internacional correspondiente al año 2016 entre Sagunto y Puerto de Sagunto. (Delegación de Turismo: Oficinas de Turismo Sagunto / Puerto de Sagunto. Estadísticas 2016 (ver anexo 5))

4.2 PERFIL DEL TURISTA

Empezaré esta sección con la cita de Rochi y Alfredo M. donde se habla sobre la diversidad cultural en Europa, y cómo ha aumentado esta diversidad debido a la inclusión de nuevos países en Europa desde 2004.

Since May 1st 2004, the cultural diversity of Europe has increased significantly due to the inclusion of new countries and their cultural assets. Some languages still provide barriers (to science, tourism, etc.), as do some cultural and semantic aspects.

Cultural content in Digital Age (Content & Age 1998)

Desde el 1 de mayo de 2004, la diversidad cultural en Europa se ha incrementado significativa mente debido a la inclusión de nuevos países y sus aspectos culturales. Algunos de los idiomas aun crean barreras (en ciencia, turismo, etc.), como lo hacen algunas culturas y aspectos semánticos.

Traducción propia del texto citado arriba

Los turistas franceses se caracterizan según *hotelestur* recoge en su web (Joan Ballester; hosteltur.com; consultada 14-5-2017.) por buscar un tipo de turismo que incluya tranquilidad, ocio, comodidad, y todo ello sin importar el dinero que se tengan que gastar. Añade también la web, que los turistas franceses por lo general suelen viajar si son jóvenes y con familia, todos juntos. Más datos que se pueden aportar sobre el perfil del turista francés es que “*In France, cultural norms dictate that shoppers greet the shopkeeper before they start to select items*” (Martin & Nakayama 2004), este hecho llevado a la práctica es verdaderamente cierto, ya que los turistas franceses por lo general, siempre que entran a la Tourist Info de Sagunto o a la Tourist Info de Puerto de Sagunto suelen decir siempre bonjour aun cuando puede que no vengan a demandar información sino a coger algún tipo de panfleto que se encuentre en la oficina de turismo con información sobre ocio , por ejemplo.

Este hecho se debe a que como bien recoge el libro *Intercultural Communication* de Martin and Nakayama, 2004 los franceses tienen muy interiorizado que deben ser siempre correctos.

Por otra parte, hay que añadir que en los turistas franceses sí que destaca un hecho bastante concreto, y es que cuando les estás atendiendo les da igual si hay doscientas personas más en la oficina esperando a ser informadas también, ellos quieren que les expliques todo sobre lo que te preguntan, si les puedes dar más de lo que te piden incluso se van más felices, y por lo general la atención media a un turista francés puede llevar diez minutos e incluso en ocasiones hasta una hora.

En cuanto a los turistas británicos, según recoge el libro *When cultures collide*, (Möller 2006) la mayoría de los ingleses son personas que cumplen el estereotipo existente sobre ellos. Aunque en el Sur de Inglaterra este tipo de personas están prácticamente extintas por pertenecer a una clase mucho más elevada. Si bien, por lo general se describe a los británicos como personas esencialmente románticas, emocionales y con un sentido poético de la vida. Personas que raramente alzarán la voz a menos que sientan que están siendo pisoteados o que alguien está sobrepasando un límite en su actitud con ellos. Los británicos, por lo general son personas que además tiene un sentido del humor muy particular, a veces no entendido por todos, y son capaces de reírse hasta de su propia monarquía. Si bien la imagen que se puede tener de que los británicos son por lo general personas estiradas y que están por encima de todo con el paso de los años ha ido cambiando. Ellos se describen a sí mismos como personas "*honest, reasonable, caring and considerate*." A esto le añadiría que son muy agradecidos y que son siempre muy correctos, y sobre todo respetuosos en el trato hacia otras personas. Siempre que consultan algún tipo de información en la oficina de turismo y les explicas lo que necesitan agradecen con una sonrisa la atención, dedicación y tiempo que les dedicas.

Con respecto a los turistas alemanes *When cultures collide* (Möller 2006) dice que los alemanes son muy francos a la hora de comunicarse. Directos, abiertos, y que a veces incluso hablan con tono alto. Anteponen la sinceridad a la diplomacia o lo políticamente correcto. Emplean argumentos lógicos y bien meditados. Su forma de comunicarse suele ser según Möller seria, sin sonrisas, bastante repetitivas y raramente emplean el sentido del humor. Al respecto de estos últimos aspectos puedo decir que existen excepciones claras, ya que por lo general los turistas alemanes con los que he tratado mientras he estado realizando mis labores de becaria en la Tourist info de Sagunto y Puerto de Sagunto por lo general siempre eran bastantes propensos al sentido del humor, les gusta bromear, son bastante sonrientes, pero si bien es cierto que, efectivamente, ellos tienden a marcar una distancia y ser directos a la hora de pedir información,

En cuanto al turista americano, puede decirse que tienen similitudes con respecto a los turistas alemanes. Suelen ser serios, distantes y muy directos con lo que piden. En algunos casos puntuales destaca de ellos que no les importa mucho no ser políticamente correctos, pueden llegar a ser atendidos y marcharse de la oficina de turismo sin llegar a dar ni las gracias.

Al respecto de los turistas italianos, Möllen dice que los italianos son personas encantadoras e inteligentes a las que Europa debe una gran deuda cultural. Son excelentes comunicadores y combinan la percepción ultra-aguda con la flexibilidad siempre presente. Su continua exuberancia y persuasión locuaz a menudo producen una reacción adversa con los británicos quienes son reservados. Sin embargo, este carácter tan abierto y flexible hace que tratar con ellos sea cuanto menos muy cómo puesto que se adaptan a lo que les dices sin problemas, además si hacen algún tipo de demanda de la información y no pueden verlo resuelto de la forma que quizá ellos esperaban no les supone un problema, se adaptan y modifican su plan de forma rápida. Son por lo general muy expresivos y les gusta gesticular mucho, esto es algo que llevan intrínseco dentro de su cultura. Ello según Möllen denota que son bastante emocionales a la hora de expresarse al igual que son muy intensos a la hora de transmitir sus pensamientos.

4.3 DEMANDA DE INFORMACIÓN

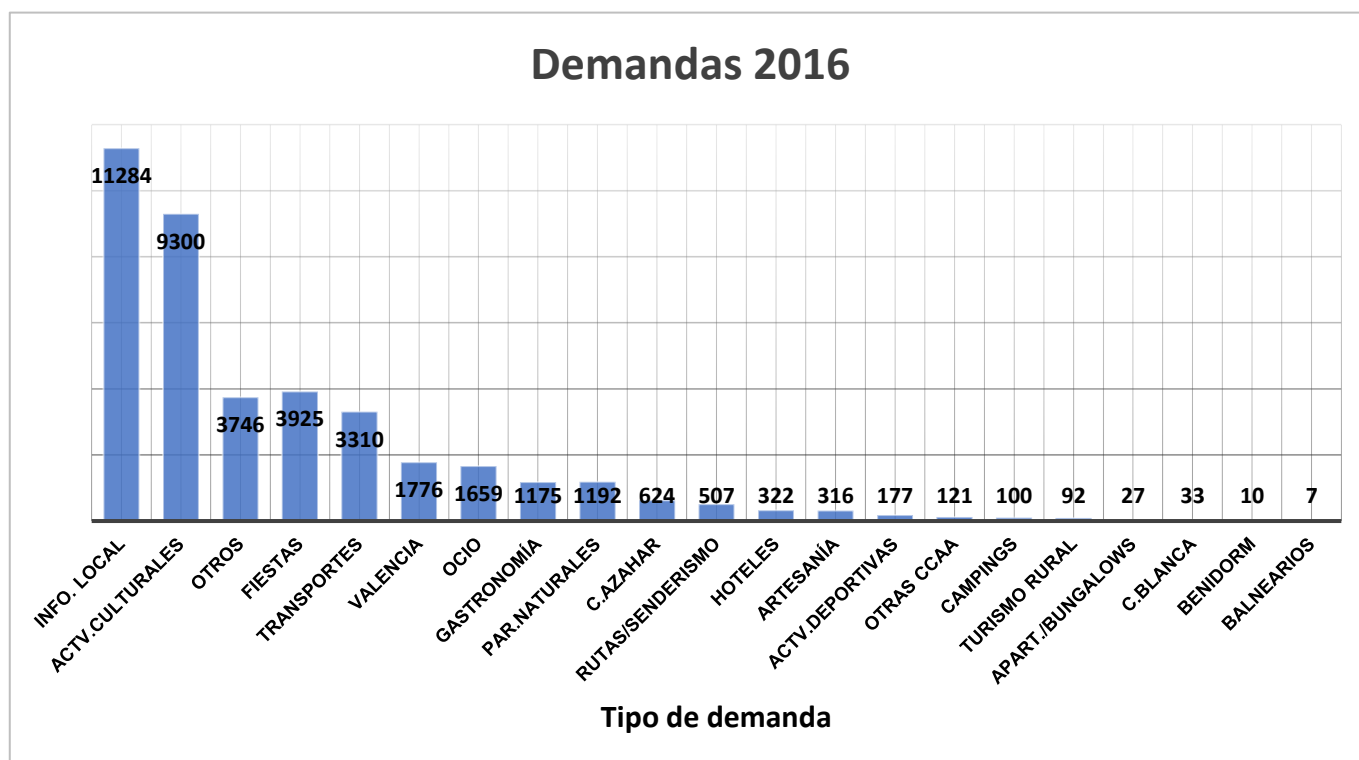


Figura 12: Tipo de demandas de información en mostrador, al año 2016 entre Sagunto y Puerto de Sagunto. (Delegación de Turismo: Oficinas de Turismo Sagunto / Puerto de Sagunto. Estadísticas 2016 (ver anexo 5))

Las demandas de información en mostrador en las oficinas de turismo de Sagunto y Puerto de Sagunto llegan a alcanzar un total de casi 40.000 demandas.

La mayor cantidad de información que se demanda en ambos núcleos es la información de tipo local con 11.284 demandas, estas informaciones hacen, principalmente, referencia a la demanda de planos y asuntos relativos al municipio. Con 9.300 demandas le siguen las actividades culturales que hacen referencia a las visitas culturales, actuaciones teatrales, agenda cultural, entre otras actividades culturales que se desarrollan a lo largo del año. Las fiestas son también un factor de interés para los demandantes de información, tiene esta demanda su punto fuerte durante los meses de julio y agosto cuando tienen lugar las fiestas patronales de ambos núcleos de población, así como las fallas y los actos de semana santa. Los transportes e información sobre Valencia son demandas que se dan sobre todo en el núcleo de Puerto de Sagunto. Allí se tiende más a preguntar sobre información de pueblos de alrededor. Respecto al ocio, la gastronomía y los parques naturales, este tipo de demanda suele ser una demanda más común de Puerto de Sagunto, si bien las personas que visitan Sagunto normalmente dedican el día a visitar la ciudad histórica y por este motivo con frecuencia demandan información sobre los lugares donde pueden comer.

5. DOCUMENTACIÓN ACCESIBLE A LOS TURISTAS.

5.1 TIPOS DE FOLLETO

Dentro de las oficinas de turismo no existe un único tipo de folleto de información turística. Los tipos de folletos que hay son:

- Mapa turístico en idiomas de “Ciudad Histórica” (Sagunto) (FOLLETO A, ver anexo 6)
- Mapa turístico de Puerto de Sagunto (FOLLETO B, ver anexo 7)
- Itinerarios culturales Sagunto, tamaño pequeño y tamaño grande. (FOLLETO C, ver anexo 8)
- Rutas culturales (FOLLETO D, ver anexo 9.1)
- Rutas medioambientales (FOLLETO E, ver anexo 9.2)
- Teatro Romano (FOLLETO F, ver anexo 10)

Los folletos seleccionados para su análisis están editados por la Regiduría de Turismo del Ayuntamiento de Sagunto. La finalidad de estos folletos informativos es que los turistas tengan de una forma muy visual la información, además se completan con textos que ayudan a entender mejor la información.

Estos folletos, como se verá en un apartado más adelante se presentan los folletos en distintos idiomas, aunque no todos los folletos se presentan en los mismos idiomas.

5.1.1 ANÁLISIS DEL CONTENIDO

Se va a proceder a analizar un ejemplar de cada tipo de folleto informativo, según tamaño, número de imágenes que presentan, tipo de información que aporta cada folleto.

En lo referente a la presentación de los folletos, distribución de la información e imágenes que encontramos en los folletos podemos decir lo siguiente:

El plano “Ciutat Vella de Sagunto” ([ver anexos 6](#)) se presenta como un folleto del tipo “Half fold then tri fold”, al igual que el plano de Puerto de Sagunto y playas. Este folleto presenta ocho imágenes; de estas ocho cuatro hacen referencia a los monumentos, dos a la zona de playa, una a las fallas, otra a la artesanía y otra a la gastronomía.

En cuanto al plano de Puerto de Sagunto ([ver anexo 7](#)); en el interior encontramos once imágenes. Tres referidas a los espacios naturales. Seis referidas a los lugares de interés de Puerto de Sagunto. Dos imágenes que hacen referencia una a las fallas y otra a las fiestas patronales y otra de ellas hace referencia a la playa de Puerto de Sagunto.

Si comparamos los dos mapas turísticos de Sagunto y Puerto de Sagunto podemos ver que presentan una estructura verdaderamente muy similar, ambos tienen el mismo formato. Presenta información general sobre los puntos de interés, historia, fiestas y tradiciones, y al desplegarse en ambos casos encontramos un mapa turístico donde se presentan las calles, monumentos, zonas de interés (estación de ferrocarril, edificios culturales, edificios deportivos, hospital, escuela de idiomas...), y también encontramos información sobre servicios que pueden ser de utilidad para el turista: Tourist Info, Taxis, hoteles, hostales, pensiones, campings, apartamentos, restaurantes... .

En la parte de abajo del mapa, en el caso del plano “Ciutat Vella de Sagunto” se encuentra localizada toda la información que hace referencia a los horarios de apertura de los monumentos durante todo el año.

Los itinerarios culturales de Sagunto ([ver anexo 8.1 y 8.2](#)): estos se presentan en dos tamaños, unos pequeños, plegables que son más manejables y otros más grandes, estos son como libros que contienen la información mucho

más ampliada. Los itinerarios culturales de bolsillo contienen un resumen sobre los lugares que hay para visitar en relación a Sagunto-castillo, Sagunto íbero y romano, Sagunto medieval y moderno. La ciudad del acero que hace referencia a Puerto de Sagunto y los recorridos ciclo-turísticos que se pueden realizar en Sagunto.

El itinerario de bolsillo en su interior se encuentran dos mapas con las rutas, en el lado derecho se muestra un mapa con la ruta de Sagunto y en el otro lado el mapa de la ruta turística de Puerto de Sagunto con un pequeño recuadro que muestra el recorrido que se puede hacer con la bici.

Al plegar los laterales nos encontramos con la explicación de los recorridos, hecho de manera opuesta, en el lado derecho la información de Puerto de Sagunto expuesta con ocho breves párrafos que hacen referencia a algunos de los puntos de la ruta que se indica en el mapa interior, está acompañado por cuatro imágenes.

El lateral izquierdo contiene la información de Sagunto con siete breves textos que resumen igualmente y de manera breve algunos de los puntos de interés visitables en el mapa que se encuentra en el interior. Acompañando a los textos aparecen cuatro imágenes.

Al volver a plegar el folleto nos quedamos con un índice donde se explica la composición de la ruta y finalmente, una vez el itinerario se encuentra plegado por completo encontramos la portada con un dibujo con recursos turísticos representativos de ambos núcleos de población. En la contraportada encontramos una pequeña representación del mapa de la Comunidad Valenciana, así como los logos de las personas que contribuyen en la creación del folleto, ya sea aportando fondos, imágenes, información....

Itinerarios culturales tamaño grande, Estos tienen una apariencia de libro. Estos itinerarios están compuestos por cuarenta y siete páginas que combinan información detallada sobre las rutas con imágenes. La portada y la contraportada son iguales que la de los itinerarios pequeños.

El folleto que informa sobre las rutas culturales ([ver anexo 9.1](#)) es del tipo “double parallel reverse fold”, este folleto tiene el mismo formato que el folleto de las rutas medioambientales. Este folleto presenta cinco imágenes en su portada que hacen referencia a la playa, puerto marítimo, fallas de Puerto de Sagunto, Iglesia de la Virgen de Begoña y el Horno Alto nº2.

El folleto que informa sobre las rutas medioambientales ([ver anexo 9.2](#)) es del tipo “double parallel reverse fold”, este folleto tiene el mismo formato que el folleto de las rutas culturales. En el interior se encuentra información sobre los espacios naturales. En la portada encontramos una imagen del entorno natural, en la contraportada aparecen direcciones y teléfonos de interés, así como un pequeño mapa que intenta hacer más fácil que el turista se ubique.

Ambos folletos son similares, presentan el mismo formato de presentación. Si bien se diferencian en el hecho de que el folleto de rutas culturales tiene una menor importancia el mapa de ubicación de los municipios y los espacios visitables.

Por último, el folleto del Teatro Romano ([ver anexo 10](#)) ofrece una presentación “Half Fold”. En la portada aparece una imagen del Teatro y en el centro una imagen del teatro romano con indicaciones sobre las distintas partes de las que se compone el propio teatro.

Respecto a la información que se encuentra en cada folleto, concretamente podemos ver la siguiente información:

- Plano “Ciutat Vella de Sagunto” **FOLLETO A** ([ver anexo 6](#))

Este plano “Half fold then tri fold”, presenta en una cara la portada, con un dibujo que busca representar la ciudad de Sagunto, en las hojas dos adyacentes encontramos información sobre los monumentos de Sagunto que conforman su Patrimonio Histórico.

En la otra mitad del folleto encontramos un resumen histórico de Sagunto, donde se menciona brevemente el núcleo industrial de Puerto de Sagunto. Se habla también sobre las fiestas y acontecimientos culturales, así como de la artesanía, y la gastronomía de Sagunto. Junto a esta información aparece también la contraportada que es el mapa de la Comunitat Valenciana.

- Plano de Puerto de Sagunto y playas **FOLLETO B** ([ver anexo 7](#))

Este plano “Half fold then tri fold”, presenta en una cara la portada, con imágenes representativas de Puerto de Sagunto, en las hojas dos adyacentes encontramos información la historia de Puerto de Sagunto y sobre el Patrimonio Histórico-Industrial.

En la otra mitad del folleto encontramos una continuación sobre la información del el Patrimonio Histórico-Industrial, además se incluye información sobre las playas y sus fiestas tradicionales. Junto a esta información aparece también la contraportada que es el mapa de la Comunitat Valenciana

- Itinerarios culturales **FOLLETO C**, ([ver anexo 8](#))

Tanto el folleto de tamaño pequeño como el folleto de tamaño grande tienen la información distribuida de acuerdo a varios tipos de ruta que se pueden realizar.

Encontramos un primer bloque con información sobre Sagunto, tierra de leyendas, este bloque hace referencia a la zona del castillo. El siguiente bloque hace referencia a Sagunto tierra de Héroes. En este bloque se explica la ruta cultural sobre restos iberos y romanos de Sagunto.

El tercer bloque se emplea para hablar sobre las culturas de Morvedre. Se especifica en este folleto la ruta a seguir para ver los restos de cultura medieval y de la era moderna.

El cuarto bloque hace referencia a la ciudad de hierro, a Puerto de Sagunto, y nos ofrece una ruta por el propio territorio.

Por último, podemos observar la vinculación de la naturaleza para con el Mediterráneo, viendo en este bloque las rutas verdes que se pueden realizar en bicicleta.

- El folleto sobre las rutas culturales **FOLLETO D** ([ver anexo 9.1](#))

Este folleto que es de tipo “double parallel reverse fold”, presenta en la primera cara del doble paralelo información sobre Sagunto. Al plegar la primera cara encontramos información referente a Puerto de Sagunto y las playas y ya en las tres caras restantes encontramos información sobre puntos próximos a Sagunto como son la Vall de Segó y el Valle del Palancia.

En la portada encontramos una imagen del Castillo de Sagunto con vistas al Teatro Romano, en la contraportada aparecen direcciones y teléfonos de interés, así como un pequeño mapa que intenta hacer más fácil que el turista se ubique.

- El folleto de las rutas medioambientales **FOLLETO E** ([ver anexo 9.2](#))

En el interior se encuentra información sobre los espacios naturales, que se encuentran rotulados bajo el título de “El litoral” aparece un mapa sobre todos estos espacios, encontramos también información sobre los espacios que se localizan en la montaña bajo el rótulo “La Sierra”. Aparece en el interior un mapa donde se ubican los espacios naturales.

- Folleto del Teatro Romano **FOLLETO F** (ver anexo 10)

Este folleto que se presenta en forma de “Half Fold”. Recoge por un lado información sobre el Teatro Romano de Sagunto.

Como aportación por parte de las Oficinas de Turismo de Sagunto y Puerto de Sagunto, se ha creado un folio donde se encuentra información sobre la ciudad romana de Sagunto, junto con información del foro romano en una cara, y por el otro lado se ha añadido la información que se encuentra en este folleto sobre el Teatro Romano.

5.1.2 IDIOMAS

- **FOLLETO A** (ver anexo 6)

Este folleto se presenta a los turistas en seis idiomas, que son: castellano, valenciano, inglés, francés, italiano, y alemán. Este folleto se presenta en tantos idiomas debido a que la afluencia de turistas internacionales que visitan la zona es muy grande.

- **FOLLETO B** (ver anexo 7)

Este folleto se presenta únicamente en dos idiomas, estos son castellano y francés. Al contrario que el FOLLETO A este sólo se presenta en castellano y en inglés debido a que la mayor afluencia de turistas en Puerto de Sagunto es por parte de turistas franceses. Además al no ser un patrimonio visitable por su interior la información que se ofrece a los turistas suele ser con ayuda de los dípticos turísticos, o bien con unos “Accordion Fold” folletos que se editaron en 2008 y que están escritos en castellano, valenciano, e inglés y que hablan sobre la historia de la creación de la ciudad factoría de Puerto de Sagunto. Estos folletos no se editan más porque se creó el plano turístico, y los folletos itinerarios de Sagunto y Puerto de Sagunto, es por ello que se usan con una frecuencia menor para informar.

- **FOLLETO C** (ver anexo 8)

Estos folletos, tanto los grandes como los pequeños se encuentran en seis idiomas. Castellano, valenciano, inglés, francés, italiano y alemán. De esta manera los folletos son más accesible a todas las personas que desean disfrutar del entorno de Sagunto, Puerto de Sagunto y alrededores, siempre dentro de la comarca del Camp de Morvedre.

○ **FOLLETO D Y FOLLETO E** (ver anexos 9.1 Y 9.2)

Estos folletos se presentan al igual que el plano “Ciutat Vella” en seis idiomas, ello se debe a que son folletos muy completos y útiles que dan información sobre todos los espacios relativos a Sagunto, y a zonas de alrededor que pueden resultar también interesantes para el turista debido a su proximidad.

○ **FOLLETO F** (ver anexo 10)

Editado en castellano, valenciano, inglés y francés.

Los folios creados por la Oficina de Turismo que completan esta información se presentan también en esos cuatro idiomas.

5.1.3 TRADUCCIÓN

En primer lugar, analizaremos los términos que no se traducen en los folletos.

| | CASTELLANO | INGLÉS |
|---|-----------------------------------|---|
| | Folleto A (ver anexo 6) | 1. Domus del peixos |
| 2. Plaza dels Berenguer | | 2. Plaza dels Berenguer |
| 3. Cofradía de la Purísima Sangre de Nuestro Señor Jesucristo | | 3. Cofradía de la Purísima Sangre de Nuestro Señor Jesucristo |
| 4. El Salvador | | 4. El Salvador |
| 5. Ermita de la Sangre | | 5. Ermita de la Sangre |
| 6. “toros embolados” | | 6. “toros embolados” |
| 7. Asociación de fiestas de Moros y cristianos | | 7. Asociación de fiestas de Moros y cristianos |
| 8. paella | | 8. paella |
| 9. “torta caldosa” | | 9. “torta caldosa” |
| 10. Calderona | | 10. Calderona |
| 11. Vía Augusta | | 11. Vía Augusta |
| 12. Iglesia de Santa María | | 12. Iglesia de Santa María |
| 13. Castillo | | 13. Castillo |
| 14. “Pere el del punyalet” | | 14. “Pere el del punyalet” |
| 15. “Virgen del Buen suceso” | | 15. “Virgen del Buen suceso” |
| 16. “Cordà” | | 16. “Cordà” |
| 17. La Entrà | | 17. La Entrà |
| 18. Calvario viejo | | 18. Calvario viejo |

| | | |
|--|---------------------------------|---------------------------------|
| | 19. Santísimo Cristo | 19. Santísimo Cristo |
| | 20. "Pic dels corbs" | 20. "Pic dels corbs" |
| | 21. Fallas | 21. Fallas |
| | 22. "corridas de vaquillas" | 22. "corridas de vaquillas" |
| | 23. "Teatres de la Generalitat" | 23. "Teatres de la Generalitat" |
| | 24. "colcho" / "colcha" | 24. "colcho" / "colcha" |
| | 25. "arròs negre" | 25. "arròs negre" |
| | 26. "horchata" | 26. "horchata" |
| | 27. "pastissets" | 27. "pastissets" |
| | 28. "chufa" y "fartons" | 28. "chufa" y "fartons" |
| | 29. Palancia | 29. Palancia |
| | 30. Calle Castillo | 30. Calle Castillo |

Tabla 1. Folleto A. (ver anexo 6) Plano de Sagunto. Este folleto se encuentra en 6 idiomas, (castellano, valenciano, inglés, francés, italiano y alemán) pero únicamente se ha estudiado la traducción del plano en inglés debido a que los términos que no se traducen son los mismos en todos los planos de este tipo traducidos a otros idiomas.

| | CASTELLANO | FRANCÉS |
|-----------------------------------|--|--|
| Folleto B (ver anexo 7) | 1. "Compañía siderúrgica del Mediterráneo" | 1. "Compañía siderúrgica del Mediterráneo" |
| | 2. "tracas" | 2. "tracas" |
| | 3. "Ninots indultats" | 3. "Ninots indultats" |
| | 4. "La tamborrada" | 4. "La tamborrada" |
| | 5. Altos Hornos de Vizcaya (A.H.V) | 5. Altos Hornos de Vizcaya (A.H.V) |
| | 6. "Cremà" | 6. "Cremà" |
| | 7. "cucañas marítimas" | 7. "cucañas marítimas" |
| | 8. "Sagunt a escena" | 8. "Sagunt a escena" |
| | 9. Casa Abadía | 9. Casa Abadía |
| | 10. "mascletraes" | 10. "mascletraes" |
| | 11. "Monuments" | 11. "Monuments" |

Tabla 2. Folleto B. (ver anexo 7) Plano de Puerto de Sagunto. Este folleto se encuentra en castellano y francés, es por este motivo que se han trabajado las traducciones en francés

| Folleto C BOLSILLO <i>(ver anexo 8.1)</i> | CASTELLANO | FRANCÉS |
|---|--|--|
| | 1. Saguntum | 1. Saguntum |
| | 2. Centro de educación medioambiental | 2. Centro de educación medioambiental |
| | 3. Palacio del Diezmo | 3. Palacio del Diezmo |
| | 4. Compañía Siderurgica del mediterráneo | 4. Compañía Siderurgica del mediterráneo |
| | 5. Centro de educación medioambiental | 5. Centro de educación medioambiental |
| | 6. la judería | 6. la judería |
| | 7. Sang nova | 7. Sang nova |
| | 8. “el del punyalet” | 8. “el del punyalet” |
| | 9. La gerenia | 9. La gerenia |
| | 10. AHV | 10. AHV |
| | 11. Barrio obrero | 11. Barrio obrero |
| | 12. Iglesia Mayor | 12. Iglesia Mayor |
| | 13. Virgen de los dolores | 13. Virgen de los dolores |
| | 14. Festival Sagunt a Escena | 14. Festival Sagunt a Escena |
| | 15. Oficinas generales | 15. Oficinas generales |
| | 16. AHM | 16. AHM |
| 17. Plaza de la peixcateria | 17. Plaza de la peixcateria | |

Tabla 3. Folleto C. (ver anexo 8.1) Itinerarios culturales. Este folleto se encuentra en 6 idiomas, (castellano, valenciano, inglés, francés, italiano y alemán) pero únicamente se ha estudiado la traducción en francés debido a que los términos que no se traducen son los mismos en todos los planos de este tipo traducidos a otros idiomas.

| Folleto C LIBRO <i>(ver anexo 8.2)</i> | CASTELLANO | INGLÉS |
|--|---------------------------------|---------------------------------|
| | 1. Palau del Delme | 1. Palau del Delme |
| | 2. Torre del ídolo | 2. Torre del ídolo |
| | 3. Puerta de la Vila | 3. Puerta de la Vila |
| | 4. Plaça del Hospital | 4. Plaça del Hospital |
| | 5. Ermita de la Magdalena | 5. Ermita de la Magdalena |
| | 6. Plaça de la peixcadería | 6. Plaça de la peixcateria |
| | 7. Casa dels Cuatre Cantons | 7. Casa dels Cuatre Cantons |
| | 8. Plaza de armas – foro romano | 8. Plaza de armas – foro romano |
| | 9. Plaça mayor | 9. Plaça mayor |
| | 10. Porta dels banys | 10. Porta dels banys |
| | 11. Porta de les granotes | 11. Porta de les granotes |
| | 12. Ermita del Santísimo Cristo | 12. Ermita del Santísimo Cristo |
| | 13. Altos Hornos de Vizcaya | 13. Altos Hornos de Vizcaya |
| | 14. Avinguda 9 d’Octubre | 14. Avinguda 9 d’Octubre |

Tabla 4. Folleto C. (ver anexo 8.2) Itinerarios culturales. Este folleto se encuentra en 6 idiomas, (castellano, valenciano, inglés, francés, italiano y alemán) pero únicamente se ha estudiado la

traducción en inglés debido a que los términos que no se traducen son los mismos en todos los planos de este tipo traducidos a otros idiomas.

| Folleto D (ver anexo 9.1) | CASTELLANO | FRANCÉS |
|------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| | 1. Plaza Mayor | 1. Plaza Mayor |
| | 2. Almudín | 2. Almudín |
| | 3. Avinguda Sants de la Pedra | 3. Avinguda Sants de la Pedra |
| | 4. Plaza Almenara | 4. Plaza Almenara |
| | 5. Almardà | 5. Almardà |
| | 6. Corinto | 6. Corinto |
| | 7. Malvarrosa | 7. Malvarrosa |

Tabla 5. Folleto D. (ver anexo 9.1) Rutas culturales. Este folleto se encuentra en 6 idiomas, (castellano, valenciano, inglés, francés, italiano y alemán) pero únicamente se ha estudiado la traducción en francés debido a que los términos que no se traducen son los mismos en todos los planos de este tipo traducidos a otros idiomas.

| Folleto E (ver anexo 9.2) | CASTELLANO | INGLÉS |
|------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| | 1. Camo de Morvedre | 1. Camo de Morvedre |
| | 2. L'Horta | 2. L'Horta |
| | 3. D'Orpesa (Castellón) | 3. D'Orpesa (Castellón) |
| | 4. "Sant Espérit" | 4. "Sant Espérit" |
| | 5. Puçol | 5. Puçol |
| | 6. "Marjal dels Moros" | 6. "Marjal dels Moros" |
| | 7. "Font de Quart | 7. "Font de Quart |

Tabla 6. Folleto E. (ver anexo 9.2) Rutas medioambientales. Este folleto se encuentra en 6 idiomas, (castellano, valenciano, inglés, francés, italiano y alemán) pero únicamente se ha estudiado la traducción en inglés debido a que los términos que no se traducen son los mismos en todos los planos de este tipo traducidos a otros idiomas.

En ocasiones el traductor de la información decide no traducir algunos términos. Es el caso de las anotaciones que encontramos en las tablas de la parte superior. Muchos de los términos hacen referencia a nombres propios, como es el caso de "Calderona" en la tabla 1. En el caso de las calles también se decide dejarlas con el mismo nombre como es el caso de Avinguda 9 d'Octubre en el Folleto C que se puede ver reflejado en la Tabla 4. Otras palabras que no se han traducido hacen referencia a partes del conjunto histórico de Sagunto, como "la judería", "la sang nova" o al término de Puerto de Sagunto dentro de su patrimonio industrial como es el caso de "AHM" que son las siglas de Altos Hornos del Mediterráneo, "AHV" que hace referencia a Altos Hornos de Vizcaya y también por ejemplo "Barrio Obrero" que hace referencia a las casas de los trabajadores de

fábrica de la época industrial de Puerto de Sagunto. Todos estos términos se encuentran dentro de la tabla 3.

Continuando con el análisis de los términos, entramos en aquellas traducciones mixtas, es decir que mezclan una parte traducida (en inglés o francés) con un término sin traducir.

| Folleto A (ver anexo 6) | CASTELLANO | INGLÉS |
|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| | 1. Cerro de la Calderona | 5. Calderona range |
| | 2. Ermita del Santísimo Cristo | 6. Hermitage of Santísimo Cristo |
| | 3. Calle Mayor y Caballeros | 7. Mayor and Caballeros streets |

Tabla 7. Folleto A. (ver anexo 6) Plano de Sagunto. Este folleto se encuentra en 6 idiomas, (castellano, valenciano, inglés, francés, italiano y alemán) pero únicamente se ha estudiado la traducción mixta del plano en inglés debido a que los términos que se traducen son los mismos en todos los planos de este tipo traducidos a otros idiomas.

| Folleto B (ver anexo 7) | CASTELLANO | FRANCÉS |
|----------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|
| | 1. Compañía Minera de Sierra Menera | 1. Compagne Minière Serra Menera |
| | 2. La playa de Almardà | 2. La Plage D'Almardà |
| | 3. El barrio de San José | 3. Du Quartier San José |

Tabla 8. Folleto B. (ver anexo 7) Plano de Puerto de Sagunto. Este folleto se encuentra en castellano y francés, es por este motivo que se han trabajado las traducciones mixtas en francés.

| Folleto C BOLSILLO (ver anexo 8.1) | CASTELLANO | FRANCÉS |
|--|----------------------------|-------------------------|
| | 1. Calle Castillo | 1. Rue Castell |
| | 2. La Plaza Dos de Mayo | 2. La Place Dos de Mayo |
| | 3. Calle Abril | 3. Rue Abril |
| | 4. La Avenida 9 de Octubre | 4. L'avenue 9 d'Octubre |

Tabla 9. Folleto C. (ver anexo 8.1) itinerarios culturales. Este folleto se encuentra en 6 idiomas, (castellano, valenciano, inglés, francés, italiano y alemán) pero únicamente se ha estudiado la traducción mixta en francés debido a que los términos que no se traducen son los mismos en todos los planos de este tipo traducidos a otros idiomas.

| Folleto C LIBRO (ver anexo 8.2) | CASTELLANO | INGLÉS |
|---------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| | 1. Colegio Cronista Chabret | 1. Chronista Chabret school |
| | 2. Rey Fernando VI | 2. King Fernando VI |
| | 3. Rey Jaume I | 3. King Jaume I |

Tabla 10. Folleto C. (ver anexo 8.2) itinerarios culturales. Este folleto se encuentra en 6 idiomas, (castellano, valenciano, inglés, francés, italiano y alemán) pero únicamente se ha estudiado la traducción mixta en francés debido a que los términos que se traducen son los mismos en todos los planos de este tipo traducidos a otros idiomas.

| Folleto D (ver anexo 9.1) | CASTELLANO | FRANCÉS |
|-------------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| | 1. Ermita barroca de la Sangre | 1. Chapelle baroque de la Sangre |
| | 2. La Iglesia del Salvador | 2. L'église du Salvador |
| | 3. La plaza de la Pescadería | 3. Cette de la Pescadería |
| | 4. Monasterio de Santo Espiritu | 4. Monastère de Santo Espiritu |

Tabla 11. Folleto D. (ver anexo 9.1) *Rutas culturales. Este folleto se encuentra en 6 idiomas, (castellano, valenciano, inglés, francés, italiano y alemán) pero únicamente se ha estudiado la traducción mixta en francés debido a que los términos que se traducen son los mismos en todos los planos de este tipo traducidos a otros idiomas.*

| Folleto E (ver anexo 9.2) | CASTELLANO | INGLÉS |
|-------------------------------------|---------------------------|-------------------------|
| | 1. El Garbí | 1. The Garbí |
| | 2. El Camp de Morvedre | 2. The Camp de Morvedre |
| | 3. El distrito de L'Horta | 3. The L'Horta district |

Tabla 12. Folleto E. (ver anexo 9.2) *Rutas medioambientales. Este folleto se encuentra en 6 idiomas, (castellano, valenciano, inglés, francés, italiano y alemán) pero únicamente se ha estudiado la traducción mixta en inglés debido a que los términos que se traducen son los mismos en todos los planos de este tipo traducidos a otros idiomas.*

En Sagunto existen dos lenguas cooficiales, el castellano y el valenciano, es por ello que en muchas ocasiones se emplean ambas lenguas o una combinación de ambas para dar nombre a un monumento o una calle. En las tablas 7 a 12 vemos como el autor hace uso de la traducción mixta, principalmente lo que hace es dejar sin traducción los nombres propios o que hacen referencia al monumento para solamente traducir el tipo de recurso que es, por ejemplo, el “distrito de L’horta” (ver tabla 12), es en este caso se traduce la palabra distrito, pero el nombre de la comarca se deja en la lengua original que está escrita, que es el valenciano. Algo similar ocurre con el término “Iglesia de Santa María” (ver tabla 11), el nombre de Santa María no se traduce sin embargo si se traduce el tipo de monumento que es, en este caso el término que se traduce es el de “Iglesia”.

Esto se da porque el autor quiere traducir únicamente aquello esencial de los términos indicados sin que se pierda el origen completo de las palabras.

En lo referente a la traducción completa encontramos los siguientes ejemplos:

| Folleto A (anexo 6) | CASTELLANO | INGLÉS |
|-------------------------------|---------------------|----------------------|
| | 1. El Castillo | 1. The Castle |
| | 2. El Teatro Romano | 2. The Roman Theater |
| | 3. Museo Histórico | 3. History Museum |
| | 4. Viernes Santo | 4. Holy Friday |
| | 5. 9 de octubre | 5. October 9th |

Tabla 13. Folleto A. (ver anexo 6) Plano de Sagunto. Este folleto se encuentra en 6 idiomas, (castellano, valenciano, inglés, francés, italiano y alemán) pero únicamente se ha estudiado la traducción completa del plano en inglés debido a que los términos que no se traducen son los mismos en todos los planos de este tipo traducidos a otros idiomas.

| Folleto B (anexo 7) | CASTELLANO | FRANCÉS |
|-------------------------------|--|----------------------------------|
| | 1. Iglesia de Nuestra Señora de Begoña | 1. L'église Notre-Dame de Begoña |
| | 2. El economato | 2. L'Économat |
| | 3. Ciudad Jardín | 3. Cité-jardin |

Tabla 14. Folleto B. (ver anexo 7) Plano de Puerto de Sagunto. Este folleto se encuentra en castellano y francés, es por este motivo que se han trabajado las traducciones completas en francés.

| Folleto C BOLSILLO (anexo 8.1) | CASTELLANO | FRANCÉS |
|--|---------------------------|--------------------------|
| | 1. El castillo de Sagunto | 1. Le Château de Sagunto |
| | 2. Ciudad íbera y romana | 2. Cité ibère et romaine |
| | 3. La ciudad de acero | 3. La ville d'acier |

Tabla 15. Folleto C. (ver anexo 8.1) itinerarios culturales. Este folleto se encuentra en 6 idiomas, (castellano, valenciano, inglés, francés, italiano y alemán) pero únicamente se ha estudiado la traducción completa en francés debido a que los términos que se traducen son los mismos en todos los planos de este tipo traducidos a otros idiomas.

| Folleto C LIBRO (anexo 8.2) | CASTELLANO | INGLÉS |
|---------------------------------------|--|---|
| | 1. Ruta alrededor del Sagunto Medieval y Moderno | 1. Route around Medieval and Modern Sagunto |
| | 2. Un vínculo natural con el mediterráneo | 2. A natural link to the Mediterranean |
| | 3. Playas de Sagunto | 3. Sagunto beaches |

Tabla 16. Folleto C. (ver anexo 8.2) itinerarios culturales. Este folleto se encuentra en 6 idiomas, (castellano, valenciano, inglés, francés, italiano y alemán) pero únicamente se ha estudiado la traducción completa en inglés debido a que los términos que se traducen son los mismos en todos los planos de este tipo traducidos a otros idiomas.

| Folleto D (anexo 9.1) | CASTELLANO | FRANCÉS |
|--------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | 1. Torre de Hércules | 1. Tour D'Hercule |
| | 2. Cisternas | 2. Citernes |
| | 3. Circo | 3. Cirque |
| | 4. Almacén de piezas de recambio | 4. Magasin de pièces de rechange |

Tabla 17. Folleto D. (ver anexo 9.1) *Rutas culturales. Este folleto se encuentra en 6 idiomas, (castellano, valenciano, inglés, francés, italiano y alemán) pero únicamente se ha estudiado la traducción completa en francés debido a que los términos que se traducen son los mismos en todos los planos de este tipo traducidos a otros idiomas*

| Folleto E (anexo 9.2) | CASTELLANO | INGLÉS |
|--------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| | 1. Marjal del moro | 1. Moorish Mars |
| | 2. Monasterio de Santo Espiritu | 2. Monastery of the Holy Spirit |

Tabla 18. Folleto E. (ver anexo 9.2) *Rutas medioambientales. Este folleto se encuentra en 6 idiomas, (castellano, valenciano, inglés, francés, italiano y alemán) pero únicamente se ha estudiado la traducción completa en inglés debido a que los términos que se traducen son los mismos en todos los planos de este tipo traducidos a otros idiomas.*

En las tablas de la 13 a la 18 podemos observar una serie de ejemplos de términos que se traducen completamente. Se traducen términos religiosos, algunos nombres de monumentos y los nombres de las rutas culturales que se proponen dentro de los itinerarios culturales.

En mi opinión personal, viendo también la reacción de los turistas al ver todo en valenciano y no llegar a entender lo que significa lo que están leyendo, creo que lo más apropiado es hacer una traducción mixta, al menos en el caso de las calles, por ejemplo, en lugar de poner “carrer Castell” poner “Street Castell” para que por lo menos el turista sepa dónde tiene que dirigirse.

5.2 ANÁLISIS DE LAS APP Y WEBS DE TURISMO DE SAGUNTO

Se va a proceder a analizar el resto de medios empleados por la delegación de turismo para comunicarse con el turista.

Lo primero que se va a analizar es la web de la delegación de turismo. <http://turismo.sagunto.es/> . Esta página web cuenta con la colaboración de algunas asociaciones, sin embargo, es la regiduría de turismo del ayuntamiento de Sagunto quien se encarga de actualizar y mantener esta página.

La web se muestra ofertada en castellano, valenciano, inglés, francés y alemán, sin embargo, a la hora de ver la información en cualquiera de los otros idiomas distintos al castellano no se puede completar la acción. La información que se muestra solo se puede leer en castellano.

En cuanto a la web de turismo de la Comunidad Valenciana (<http://comunitatvalenciana.com>) que pertenece a la Generalitat Valenciana. Todos los municipios de la Comunidad Valenciana tienen acceso al portal, y desde las oficinas de turismo se va a portando información para que siempre esté todo al día. Esta información, según se puede comprobar desde la propia web, solo le encuentra en castellano, a excepción de alguna publicación que se encuentra escrita en valenciano, pero en ningún otro idioma.

En lo referente a las redes sociales, tanto el Twitter, Facebook, Pinterest... de la delegación de turismo de Sagunto presentan el inconveniente de que no están traducidas las publicaciones. Solo se publica en castellano.

En lo referente a las aplicaciones Tour Sagunto, ofrece una audio guía, así como información sobre los monumentos en idiomas, castellano, valenciano, inglés y francés.

Existe otra aplicación que da acceso a una guía virtual, si bien en estos momentos no funcionan del todo de una forma correcta debido a los cambios de los dominios webs. Algo que se está tratando de solucionar con la mayor brevedad posible.

6. ANÁLISIS DAFO

A continuación, se procederá a la realización de un análisis DAFO donde se analizarán los puntos analizados con anterioridad en el proyecto.

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|--|
| PATRIMONIO: El patrimonio de Sagunto está bien conservado. Es accesible. | PATRIMONIO: Cierre de monumentos el lunes. |
| TURISTAS: Afluencia durante todo el año. | TURISTAS: Turismo muy estacionario en el núcleo de Puerto de Sagunto. Escasez de actividades acuáticas. Poca oferta de ocio por las noches en verano en Puerto de Sagunto. |
| FOLLETOS: Información completa | FOLLETOS: Los planos turísticos son muy grandes y poco manejables. El plano de Puerto de Sagunto debería de ofrecerse en más idiomas. |
| IDIOMAS: Las auxiliares de turismo tienen amplios conocimientos en idiomas. Gran oferta de información en idiomas. | IDIOMAS: Publicaciones en redes sociales |
| APP: Actualizada, con toda la información, en diferentes idiomas | APP: Ocupa demasiado espacio en la memoria |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| PATRIMONIO: Tren turístico | PATRIMONIO: Patrimonio de Puerto de Sagunto no utilizado. |
| TURISTAS: Buena oferta turística. Creación de empleo, sobre todo en verano. | TURISTAS: Necesidad de aumentar las actuaciones en el teatro por ser una de las mayores demandas. |
| FOLLETOS: Creación de folletos digitales | FOLLETOS: Los folletos de la Comunitat Valenciana ya se encuentran en formato digital. |
| IDIOMAS: Hacer que en los espacios webs de turismo aparezcan publicaciones por idiomas y que las publicaciones en las redes sociales fueran en distintos idiomas. | IDIOMAS: Grandes costes en editar folletos para introducir idiomas. |
| APP: Reduce la necesidad de crear una gran cantidad de folletos puesto que todo se puede concentrar en la aplicación. | APP: Hay más aplicaciones que informan sobre Sagunto. |

Si procedemos al análisis DAFO sobre los puntos tratados, comenzaremos tratando el punto del Patrimonio, tanto histórico-cultural como histórico-industrial.

Podemos decir que el patrimonio de Sagunto presenta la fortaleza de estar bien conservado, y ser accesible para personas con diversidad funcional. Sin embargo, el hecho de que los monumentos permanezcan cerrados los lunes, únicamente funcionando el Centro de Recepción de Visitantes hace que esto se convierta en una debilidad ya que muchos turistas no pueden ir a visitar los monumentos y se van con cierta desilusión de la ciudad histórica de Sagunto.

Por otro lado, hay una empresa privada, Sagunto Renascitour, que posee un tren turístico, este tren podría convertirse en una buena manera de hacer que las personas se animen todavía más a subir a la zona del Castillo. Creo que si el ayuntamiento se planteara crear un proyecto de este tipo para que los turistas puedan acceder al servicio del tren de manera continuada muchas más personas se animarían a visitar Sagunto, pues el hecho de que se tenga que acceder a la zona del Castillo a pie para algunas personas supone un inconveniente.

Por último si hablamos de las amenazas, ahí vemos claramente cómo el hecho de que el Patrimonio Histórico-Industrial de Puerto de Sagunto es un punto que debe mejorarse ya que juega en contra a la hora de atraer turistas, pues no pueden visitarlo nada más que por el exterior. Por ello se debe trabajar duro para lograr la reapertura del Horno Alto nº2..

Con respecto a los turistas (demandas y afluencia de los mismos). En lo que se refiere a las fortalezas, destaca el hecho de que en Sagunto y Puerto de Sagunto hay turistas durante todo el año, sobre todo el núcleo de Sagunto. En cuanto a las debilidades. El núcleo de Puerto de Sagunto tiene un tipo de turismo estacionario, además durante el verano la oferta de actividades que se pueden realizar en la playa y la oferta de ocio del mismo núcleo hacen que destinos próximos como el de Canet de Berenguer tengan más afluencia turística en verano. Sin embargo la afluencia de turistas ofrece la siguiente oportunidad: la creación de empleos gracias a la buena oferta turística y a la buena acogida de los turistas por la misma. Por otro lado, el teatro de Sagunto únicamente se emplea durante el verano con "Sagunt a Escena" y durante el año se le da un uso mucho menor, ello supone una amenaza, sobre todo de cara a los turistas quienes demandan más acciones que envuelvan el teatro.

En lo referente a los folletos; presentan información completa lo cual supone una fortaleza importante. Los planos turístico sin embargo son de tamaño demasiado grande, ello hace que pese a contener información muy útil sean poco

manejables a la hora de utilizarlos cuando se visita el centro histórico, ello es una debilidad, igualmente podemos decir que otra de las debilidades que encontramos está en el hecho de que los planos de Puerto de Sagunto sólo se encuentran en francés y castellano, ello hace que sea un inconveniente porque para hacer llegar la información a turistas de no habla castellana o francesa no se les puede entregar el plano turístico, o si se les entrega siempre hay que darle un folleto complementario para que puedan tener la información de manera que la comprendan, con lo que acaban llevándose muchos folletos y también resulta incómodo para ellos.

En cuanto a los idiomas, la mayor fortaleza sin lugar a dudas se encuentra en los conocimientos de idiomas de las auxiliares de turismo, ello hace que el turista reciba una atención personalizada y que se sienta cómodo. Además, casi todos los folletos se ofrecen en hasta seis idiomas y ello también es una fortaleza. Sin embargo, el hecho de que las publicaciones en redes sociales no se hagan en idiomas supone una debilidad, pues el turista que siga estas redes sociales necesita hacer uso del traductor para comprender lo que se está diciendo. Una oportunidad muy buena se encuentra en la posibilidad de realizar esas publicaciones en al menos inglés y que las webs tanto la de la Comunitat Valencia como la gestionada por la regiduría de Sagunto se pudieran mejorar para que el material estuviera disponible en varios idiomas sería de gran ayuda. Sin embargo, la gran amenaza se encuentra en los grandes costes que se tendrían que asumir en ampliar la oferta de idiomas en las webs y también una mayor oferta de folletos en idiomas como es el caso de los folletos de Puerto de Sagunto.

Por último, para finalizar con el análisis DAFO, hay que hablar de las aplicaciones móviles, la mayor fortaleza de la que actualmente funcionan de manera correcta, que tiene la información actualizada, sin embargo, presenta la problemática de que ocupa demasiada memoria de almacenamiento en el móvil, ello es una debilidad. Si se potenciara más el uso de esta APP se reducirían los costes en folletos, lo cual sería una buena oportunidad, pues se podría invertir más en otras cosas. Sin embargo, hay otras apps de otras empresas que a nivel privado se dedican también a informar sobre Sagunto ello sería la amenaza más grande sin lugar a dudas.

7. CONCLUSIONES

El turismo es sin duda alguna una de las principales fuentes de ingresos, tanto a nivel nacional como a nivel local.

La diversidad cultural de los turistas hace cuanto menos inevitable que resulte interesante analizarlo. Al poder tener acceso a las estadísticas de las Oficinas de Turismo el acceso a esta información ha sido mucho más cómodo, y he podido analizar desde el primer momento con claridad las distintas procedencias. Algo que saltaba a la vista cuando trabajaba en la Tourist Info durante el verano como becaria de la “*Dipu te Beca*” (nombre de las becas que ofrece la Generalitat Valenciana en colaboración con los ayuntamientos de cada localidad) quedado confirmado con la realización de este proyecto ya que he podido corroborar gracias a las estadísticas que efectivamente la mayor parte de los turistas provienen de Francia. Por otro lado, también he podido comprobar que durante los meses de verano se da una mayor afluencia de turistas franceses en Puerto de Sagunto, algo que hasta analizar los datos realizando una comparativa entre ambas oficinas desconocía.

He analizado con mucho interés las demandas de información que los turistas realizan en las oficinas, y descubriendo que las actividades culturales son las que se encuentran en segundo lugar, ello denota que Sagunto no es únicamente interesante por sus playas (en el núcleo de Puerto de Sagunto), sino que también resulta interesante por su oferta cultural.

Sin lugar a duda la diversidad de información que se ofrece en las oficinas de turismo es inmensa ya que no solo se ofrece información local (ej. folletos analizados) sino que se da mucha más información. Pero si nos centramos en los folletos analizados, he podido observar cómo se trabajan los textos, el modo en que se traducen los términos. Ello me ha hecho comprender de una manera mejor la dificultad de cuidar las palabras sin perder la esencia de lo que se quiere decir, y también sin dejar que se pierda del todo el idioma de origen del destino turístico para permitir que el turista se integre más en el destino turístico tal y como afirma Sanning autor de *Lost and Found in Translating Tourist Texts: Domesticating, Foreignising or Neutralising Approach*. “It is important to note that translating tourist texts involves translating the source language into the target language but also conduct a cultural translation to the reader”, lo que quiere decir es que es importante señalar que la traducción de textos turísticos implica la traducción del idioma de origen al idioma de destino, pero también implica una traducción cultural al lector que le permita comprender más sobre el entorno que visita.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Alfredo M. Ronchi, 2009 *Cultural Content in the Digital Age*, Springer Dordrecht Heidelberg, London New York.
- Dann, Graham M. S. 1996 *The Language of Tourism. A Sociolinguistic Perspective*. Oxford: CAB International.
- Fundación EROSKI: <http://patrimonio.consumer.es/la-declaracion-de-un-bien-patrimonio-de-la-humanidad/>, La declaración de un Bien Patrimonio de la Humanidad | Guía de Patrimonio | CONSUMER EROSKI. Available at: <http://patrimonio.consumer.es/la-declaracion-de-un-bien-patrimonio-de-la-humanidad/> [Accessed May 17, 2017].
- Gabinete de Comunicación Excmo. Ayuntamiento de Sagunto <http://www.aytosagunto.es>, 2016. El Consejo Asesor del Patrimonio de la Humanidad se constituirá en un acto abierto a la ciudadanía. 12-12. Available at: <http://www.aytosagunto.es/es-es/actualidad/Paginas/Constitució-Consell-Patrimoni.aspx> [Accessed March 28, 2017].
- [Http://www.aytosagunto.es](http://www.aytosagunto.es), G. de C.E.A. de S., 2016. Quico Fernández: “Ser declarados Patrimonio Mundial por la Unesco es un proyecto social de ciudad que nos cohesiona.” 15-12. Available at: <http://www.aytosagunto.es/es-es/actualidad/Paginas/acte-consell-assessor-patrimoni.aspx> [Accessed March 28, 2017].
- Joan Ballester; hosteltur.com, INFOGRAFÍA: El fenómeno del turista francés en España | Notas de prensa en Comunidad Hosteltur. Available at: https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/002751_infografia-fenomeno-turista-frances-espana.html [Accessed May 20, 2017].
- Martin, J.N. & Nakayama, T.K., 2004. *Intercultural communication in contexts*, Boston [etc.]: McGraw-Hill.
- Möller, O., 2006. *When cultures collide*, NBrealey Books. Boston and London. Primera edición 1996.
- Sanning, He. 2010. *Lost and Found in Translating Tourist Texts: Domesticating, Foreignising or Neutralising Aproach*”. *The Journal of Specialised Translation* 13: 124-137. http://www.jostrans.org/issue13/art_sanning.pdf [Accessed 17 May, 2017].

9. ANEXOS

ÍNDICE

| | |
|---------------|----|
| ANEXO 1 | 40 |
| ANEXO 2 | 41 |
| ANEXO 3 | 42 |
| ANEXO 4 | 43 |
| ANEXO 5 | 44 |
| ANEXO 6 | 45 |
| ANEXO 7 | 46 |
| ANEXO 8 | 47 |
| ANEXO 9 | 48 |
| ANEXO 10..... | 49 |

ANEXO 1



Inauguración en mayo del 2012 por Alberto Fabra
©patrindustrialquitectonico.blogspot.com

ANEXO 2



Premio logrado por la buena rehabilitación del Horno Alto. Premio “Gran Premio Europa Nostra 2012” ©<https://fcvsagunto.wordpress.com/>

ANEXO 3

Información Visita- Días y Horarios.
DEL 1 DE OCTUBRE HASTA EL 31 DE

CANCELACIÓN TEMPORAL DE LAS VISITAS AL HORNO ALTO.

Por circunstancias ajenas a esta Gerencia, nos vemos obligados a cancelar temporalmente las visitas al Horno Alto. En el momento que dichas circunstancias estén subsanadas se reanudarán las mismas.

Disculpen las molestias.

FUNDACIÓN DE LA COMUNIDAD VALENCIANA DE PATRIMONIO INDUSTRIAL DE PUERTO DE SAGUNTO

necesario que la reserva sea al menos con dos días de antelación a la fecha prevista. Envía un e-mail a hornoalto@fcvsagunto.com indicando día, hora y número de personas. Te contestaremos indicándole la disponibilidad de tu elección y las condiciones de la visita.

FUNDACIÓN DE LA COMUNIDAD VALENCIANA DE PATRIMONIO INDUSTRIAL DE PUERTO DE SAGUNTO

Teléfono reserva/ información
962676558

ANEXO 4



1.



2.

-
1. Imagen del momento de una actuación en el interior de La Nau © elpaís.com
 2. Imagen del estado de uno de los camerinos, actualmente abandonado © FOTO: EVA MÁÑEZ

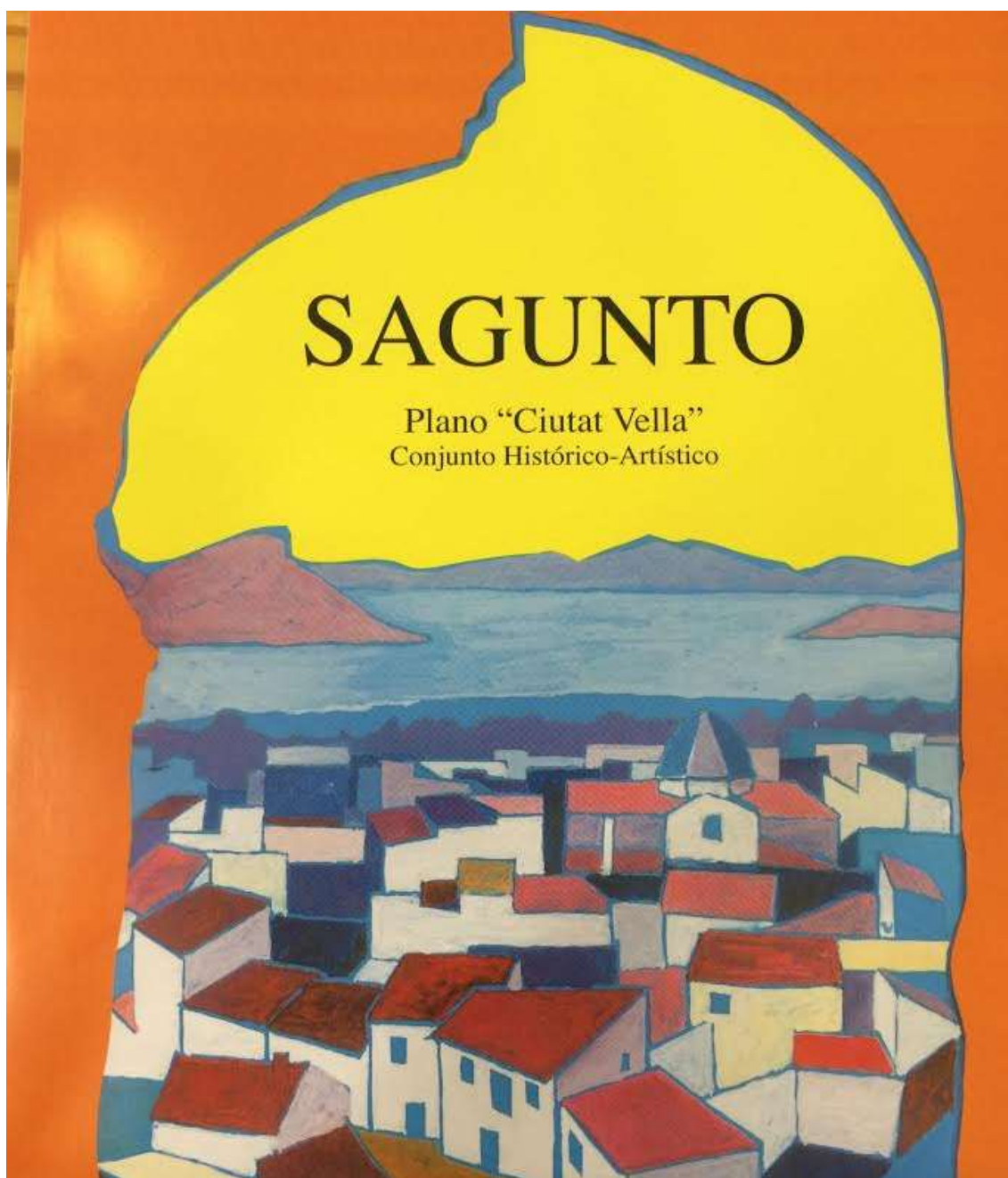
ANEXO 5

| PROCEDECIAS MOSTRADOR | 1 TRIMESTRE | | 2 TRIMESTRE | | 1 SEMESTRE | | 3 TRIMESTRE | | 4 TRIMESTRE | | 2 SEMESTRE | | ANUAL | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-------------|-----|-------------|-------|------------|-----|-------------|-------|-------------|-----|------------|-------|-------|------|------|-------|------|-----|------|-------|------|------|------|-------|------|------|------|-------|
| Alemania | 89 | 38 | 124 | 116 | 107 | 39 | 206 | 10,0% | 207 | 11 | 330 | 10,4% | 66 | 60 | 248 | 1,3% | 94 | 27 | 171 | 0,2% | 30 | 83 | 419 | 3,2% | 50 | 133 | 749 | 1,1% |
| América del Norte | 72 | 2 | 74 | 8,8% | 66 | 7 | 62 | 3,0% | 127 | 8 | 136 | 4,4% | 71 | 4 | 77 | 2,4% | 88 | 2 | 100 | 1,1% | 01 | 8 | 177 | 3,8% | 285 | 8 | 313 | 4,3% |
| América del Sur | 39 | 10 | 50 | 4,1% | 88 | 19 | 105 | 1,6% | 24 | 24 | 155 | 3,0% | 78 | 34 | 110 | 3,3% | 49 | 5 | 54 | 0,8% | 24 | 40 | 164 | 3,8% | 240 | 75 | 319 | 4,3% |
| Austria | 33 | 1 | 34 | 3,8% | 15 | 0 | 18 | 0,9% | 44 | 4 | 52 | 1,7% | 8 | 2 | 10 | 0,3% | 4 | 0 | 4 | 0,1% | 12 | 2 | 14 | 0,3% | 60 | 9 | 66 | 0,9% |
| Bélgica | 72 | 6 | 78 | 3,5% | 51 | 12 | 64 | 1,6% | 123 | 8 | 142 | 4,5% | 51 | 22 | 73 | 2,3% | 25 | 8 | 34 | 0,4% | 77 | 30 | 107 | 2,3% | 200 | 49 | 249 | 3,5% |
| Brasil | 10 | 5 | 15 | 1,4% | 19 | 5 | 24 | 0,7% | 20 | 8 | 30 | 1,0% | 2 | 12 | 14 | 0,4% | 22 | 5 | 27 | 0,3% | 24 | 17 | 41 | 0,9% | 44 | 20 | 71 | 0,9% |
| Francia | 98 | 58 | 213 | 10,0% | 496 | 251 | 751 | 16,3% | 48 | 348 | 964 | 18,0% | 152 | 959 | 1511 | 41,9% | 263 | 97 | 350 | 24,3% | 295 | 946 | 1861 | 48,0% | 631 | 1094 | 2825 | 36,0% |
| Italia | 43 | 6 | 40 | 1,1% | 86 | 26 | 125 | 1,6% | 138 | 28 | 165 | 3,0% | 128 | 38 | 174 | 5,5% | 97 | 0 | 124 | 4,8% | 242 | 86 | 298 | 5,3% | 381 | 62 | 463 | 6,0% |
| Japón | 71 | 28 | 110 | 10,5% | 126 | 33 | 169 | 3,3% | 207 | 72 | 279 | 6,9% | 225 | 84 | 291 | 8,0% | 90 | 8 | 116 | 3,2% | 322 | 84 | 407 | 9,8% | 530 | 89 | 686 | 8,9% |
| P. Asiático | 14 | 3 | 69 | 8,5% | 73 | 7 | 80 | 3,9% | 138 | 18 | 149 | 4,0% | 43 | 28 | 63 | 2,0% | 53 | 3 | 56 | 0,8% | 88 | 23 | 119 | 2,6% | 235 | 38 | 268 | 3,5% |
| P. del Este | 36 | 26 | 56 | 3,2% | 75 | 33 | 108 | 3,0% | 116 | 50 | 164 | 3,8% | 88 | 68 | 140 | 4,4% | 43 | 4 | 87 | 0,2% | 80 | 44 | 227 | 5,6% | 274 | 107 | 391 | 5,1% |
| Portugal | 12 | 0 | 32 | 0,6% | 7 | 1 | 8 | 0,4% | 28 | 1 | 40 | 1,0% | 4 | 4 | 12 | 0,4% | 2 | 0 | 2 | 0,1% | 10 | 4 | 14 | 0,3% | 49 | 5 | 54 | 0,7% |
| Reino Unido | 80 | 28 | 110 | 10,5% | 126 | 34 | 260 | 10,6% | 178 | 54 | 370 | 10,8% | 224 | 44 | 268 | 8,5% | 88 | 24 | 192 | 11,1% | 282 | 88 | 460 | 10,0% | 730 | 122 | 830 | 10,8% |
| Suiza | 18 | 2 | 17 | 1,6% | 3 | 11 | 17 | 0,6% | 0 | 0 | 34 | 1,6% | 22 | 38 | 52 | 1,6% | 19 | 0 | 27 | 1,3% | 39 | 40 | 79 | 1,7% | 96 | 97 | 113 | 1,5% |
| Otros | 41 | 5 | 45 | 1,4% | 67 | 6 | 71 | 3,4% | 10 | 4 | 116 | 3,5% | 28 | 8 | 110 | 3,5% | 10 | 8 | 60 | 4,3% | 85 | 18 | 170 | 3,7% | 267 | 8 | 285 | 3,7% |
| TOTAL INTERNACIONAL | 625 | 241 | 1067 | 10,0% | 1560 | 491 | 2059 | 10,4% | 2394 | 732 | 3126 | 10,4% | 1860 | 1282 | 3152 | 10,0% | 1195 | 211 | 1404 | 10,0% | 3052 | 1504 | 4557 | 10,4% | 5447 | 2238 | 7683 | 27,0% |

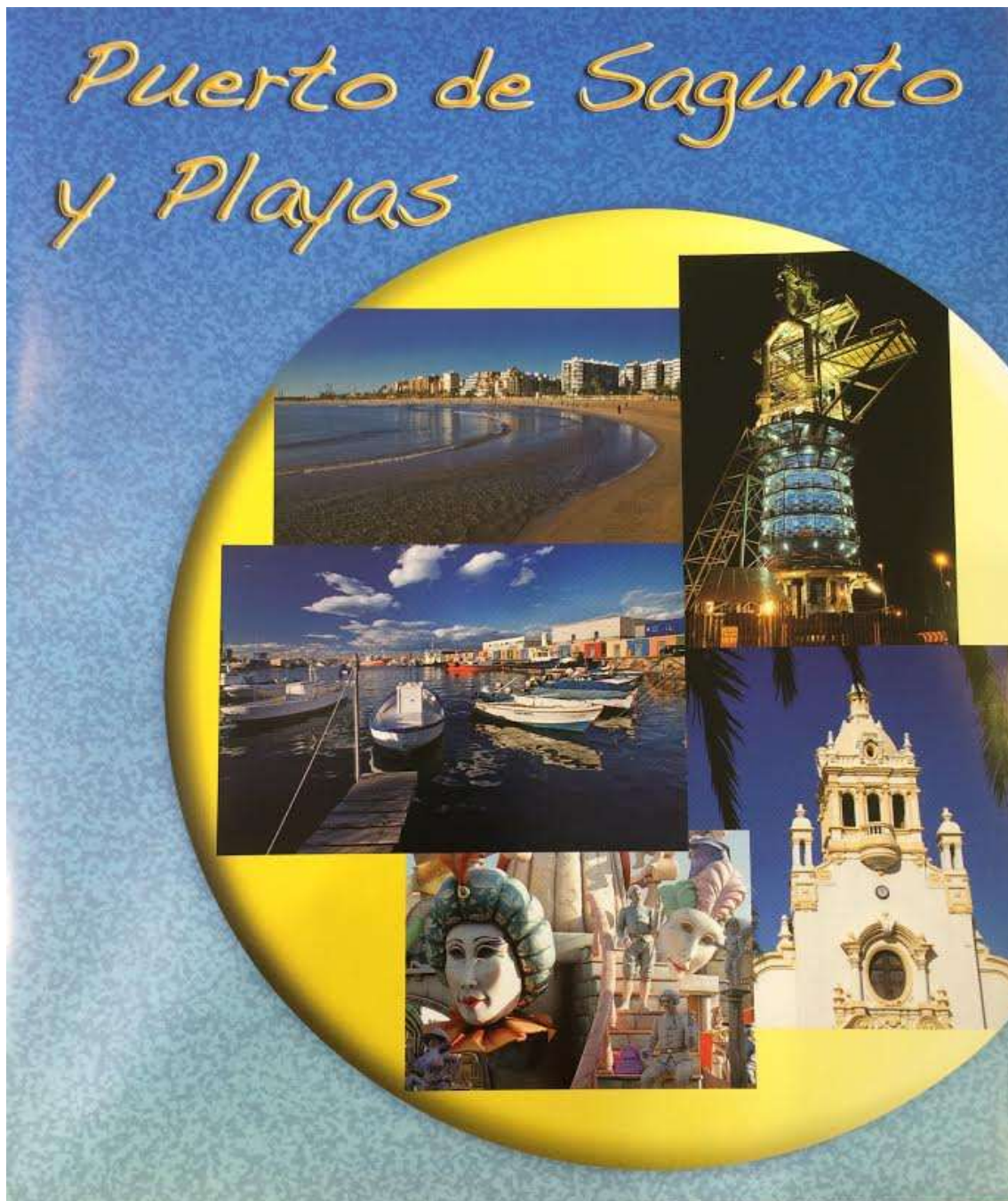
1.

| PROCEDECIAS MOSTRADOR | 1 TRIMESTRE | | 2 TRIMESTRE | | 1 SEMESTRE | | 3 TRIMESTRE | | 4 TRIMESTRE | | 2 SEMESTRE | | ANUAL | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-------------|-----|-------------|-------|------------|-----|-------------|-------|-------------|-----|------------|-------|-------|------|------|-------|-----|-----|------|-------|------|------|------|-------|------|------|------|-------|
| Alemania | 72 | 38 | 107 | 12,3% | 125 | 30 | 165 | 11,3% | 207 | 65 | 272 | 11,4% | 164 | 74 | 242 | 7,7% | 92 | 34 | 128 | 12,3% | 259 | 112 | 370 | 11,4% | 465 | 177 | 642 | 11,4% |
| América del Norte | 53 | 9 | 62 | 7,1% | 90 | 11 | 101 | 1,7% | 143 | 20 | 163 | 1,8% | 84 | 16 | 94 | 1,0% | 60 | 16 | 70 | 1,2% | 144 | 20 | 164 | 1,8% | 287 | 40 | 327 | 5,8% |
| América del Sur | 18 | 4 | 22 | 2,3% | 51 | 20 | 71 | 4,7% | 49 | 24 | 93 | 3,8% | 81 | 29 | 110 | 5,3% | 42 | 5 | 50 | 4,8% | 123 | 37 | 160 | 3,8% | 192 | 61 | 253 | 3,8% |
| Austria | 2 | 0 | 2 | 0,2% | 0 | 4 | 4 | 0,4% | 2 | 4 | 6 | 0,6% | 12 | 3 | 15 | 0,5% | 7 | 2 | 9 | 0,9% | 19 | 5 | 24 | 0,6% | 21 | 9 | 30 | 0,4% |
| Bélgica | 19 | 9 | 28 | 3,2% | 40 | 4 | 46 | 3,0% | 59 | 15 | 74 | 3,1% | 81 | 18 | 99 | 3,5% | 33 | 8 | 41 | 3,0% | 114 | 24 | 140 | 3,3% | 173 | 41 | 214 | 3,3% |
| Brasil | 4 | 0 | 4 | 0,3% | 20 | 3 | 23 | 1,0% | 24 | 3 | 27 | 1,1% | 6 | 17 | 23 | 0,7% | 20 | 3 | 23 | 0,7% | 24 | 20 | 46 | 1,0% | 50 | 23 | 73 | 1,0% |
| Francia | 159 | 122 | 281 | 12,3% | 304 | 162 | 468 | 11,8% | 465 | 284 | 749 | 11,4% | 647 | 888 | 1547 | 41,9% | 191 | 70 | 221 | 11,3% | 818 | 950 | 1768 | 45,2% | 1243 | 1234 | 2517 | 31,8% |
| Italia | 46 | 8 | 54 | 1,5% | 101 | 21 | 122 | 1,6% | 147 | 29 | 176 | 7,4% | 109 | 23 | 132 | 4,2% | 62 | 3 | 66 | 1,9% | 172 | 24 | 198 | 4,7% | 219 | 55 | 374 | 5,2% |
| Japón | 90 | 24 | 116 | 11,2% | 125 | 29 | 154 | 3,2% | 215 | 55 | 270 | 11,0% | 223 | 40 | 263 | 8,0% | 80 | 5 | 93 | 3,0% | 311 | 45 | 356 | 11,0% | 524 | 100 | 626 | 8,2% |
| P. Asiático | 13 | 0 | 13 | 1,5% | 3 | 3 | 6 | 0,4% | 16 | 3 | 19 | 0,6% | 20 | 13 | 33 | 1,0% | 11 | 2 | 13 | 1,0% | 31 | 15 | 46 | 1,0% | 47 | 18 | 65 | 0,9% |
| P. del Este | 28 | 4 | 42 | 2,4% | 91 | 9 | 100 | 1,4% | 129 | 13 | 142 | 1,8% | 123 | 84 | 207 | 6,0% | 81 | 69 | 150 | 11,4% | 204 | 153 | 357 | 11,0% | 333 | 164 | 499 | 7,4% |
| Portugal | 6 | 0 | 6 | 0,7% | 2 | 1 | 3 | 0,2% | 8 | 1 | 9 | 0,4% | 17 | 10 | 27 | 0,9% | 8 | 0 | 8 | 0,6% | 25 | 10 | 35 | 0,8% | 33 | 11 | 44 | 0,7% |
| Reino Unido | 85 | 23 | 108 | 10,4% | 164 | 24 | 190 | 12,4% | 251 | 47 | 298 | 12,2% | 223 | 45 | 268 | 8,2% | 96 | 22 | 118 | 11,3% | 319 | 67 | 386 | 12,2% | 570 | 114 | 684 | 10,4% |
| Suiza | 5 | 5 | 10 | 1,1% | 11 | 4 | 20 | 1,3% | 16 | 14 | 30 | 1,3% | 17 | 24 | 43 | 1,4% | 9 | 5 | 14 | 1,1% | 24 | 31 | 57 | 1,4% | 42 | 45 | 87 | 1,3% |
| Otros | 15 | 1 | 16 | 1,0% | 23 | 10 | 38 | 2,3% | 43 | 11 | 54 | 2,8% | 29 | 12 | 51 | 1,6% | 30 | 6 | 36 | 3,1% | 69 | 18 | 87 | 2,0% | 112 | 29 | 141 | 2,0% |
| TOTAL INTERNACIONAL | 625 | 248 | 871 | 11,4% | 1169 | 342 | 1511 | 11,7% | 1794 | 588 | 2382 | 11,8% | 1868 | 1288 | 3154 | 11,3% | 791 | 243 | 1040 | 11,3% | 2659 | 1535 | 4194 | 11,4% | 4452 | 2123 | 6576 | 21,8% |
| Andalucía | 71 | 7 | 78 | 3,3% | 50 | 12 | 62 | 1,5% | 121 | 19 | 140 | 2,4% | 156 | 32 | 188 | 2,6% | 62 | 3 | 65 | 2,2% | 218 | 35 | 253 | 2,6% | 339 | 54 | 393 | 2,6% |
| Aragón | 63 | 59 | 152 | 5,7% | 133 | 164 | 297 | 7,1% | 194 | 253 | 449 | 11,0% | 254 | 471 | 727 | 18,0% | 93 | 54 | 109 | 3,7% | 309 | 527 | 836 | 11,0% | 505 | 759 | 1285 | 11,0% |
| Asturias | 2 | 1 | 3 | 0,1% | 20 | 5 | 25 | 0,4% | 22 | 4 | 26 | 0,4% | 23 | 10 | 43 | 0,5% | 10 | 0 | 10 | 0,3% | 42 | 10 | 53 | 0,6% | 65 | 16 | 81 | 0,6% |
| Baleares | 13 | 1 | 14 | 0,5% | 6 | 6 | 12 | 0,3% | 19 | 7 | 26 | 0,4% | 13 | 5 | 18 | 0,2% | 14 | 2 | 16 | 0,3% | 27 | 7 | 34 | 0,4% | 46 | 14 | 60 | 0,4% |
| Cantabria | 5 | 0 | 5 | 0,2% | 19 | 0 | 19 | 0,5% | 24 | 0 | 24 | 0,6% | 29 | 6 | 45 | 0,5% | 10 | 4 | 14 | 0,3% | 49 | 10 | 59 | 0,7% | 73 | 10 | 83 | 0,6% |
| Castilla-La Mancha | 7 | 2 | 9 | 0,3% | 25 | 2 | 27 | 0,4% | 32 | 4 | 36 | 0,5% | 30 | 12 | 42 | 0,5% | 7 | 8 | 15 | 0,2% | 37 | 20 | 57 | 0,6% | 69 | 24 | 93 | 0,6% |
| Castilla-León | 74 | 21 | 95 | 3,8% | 125 | 43 | 168 | 4,8% | 199 | 64 | 263 | 3,8% | 292 | 112 | 394 | 4,8% | 63 | 9 | 77 | 2,4% | 350 | 121 | 471 | 3,8% | 549 | 185 | 734 | 3,8% |
| Cataluña | 75 | 15 | 90 | 3,4% | 77 | 54 | 133 | 3,2% | 152 | 71 | 223 | 3,1% | 158 | 145 | 303 | 3,8% | 60 | 15 | 75 | 2,3% | 218 | 160 | 378 | 3,1% | 376 | 231 | 607 | 3,8% |
| Cataluña | 113 | 31 | 144 | 5,4% | 237 | 43 | 280 | 5,7% | 350 | 74 | 424 | 12,2% | 245 | 62 | 327 | 11,0% | 125 | 10 | 135 | 4,1% | 390 | 72 | 462 | 3,8% | 740 | 146 | 886 | 4,2% |
| Canarias | 0 | 0 | 0 | 0,0% | 4 | 1 | 5 | 0,1% | 4 | 1 | 5 | 0,1% | 0 | 1 | 1 | 0,0% | 0 | 0 | 0 | 0,0% | 0 | 1 | 1 | 0,0% | 4 | 2 | 6 | 0,0% |
| Extremadura | 5 | 6 | 11 | 0,4% | 5 | 1 | 6 | 0,1% | 10 | 7 | 17 | 0,2% | 37 | 18 | 55 | 0,7% | 3 | 2 | 5 | 0,2% | 40 | 20 | 60 | 0,7% | 50 | 27 | 77 | 0,7% |
| Galicia | 17 | 5 | 22 | 0,9% | 41 | 9 | 49 | 1,2% | 58 | 13 | 71 | 1,0% | 92 | 4 | 88 | 1,0% | 14 | 0 | 14 | 0,3% | 96 | 6 | 102 | 1,0% | 154 | 19 | 173 | 1,0% |
| Madrid | 214 | 163 | 377 | 16,1% | 481 | 318 | 799 | 15,2% | 695 | 481 | 1176 | 17,2% | 940 | 1072 | 2012 | 25,2% | 218 | 103 | 321 | 4,1% | 1158 | 1175 | 2333 | 16,5% | 1853 | 1654 | 3509 | 16,5% |
| Murcia | 13 | 3 | 16 | 0,6% | 26 | 1 | 27 | 0,3% | 29 | 4 | 43 | 0,6% | 24 | 12 | 46 | 0,6% | 26 | 6 | 32 | 1,1% | 60 | 18 | 78 | 0,9% | 99 | 22 | 121 | 0,9% |
| Navarra | 12 | 1 | 13 | 0,5% | 53 | 23 | 81 | 1,8% | 65 | 29 | 94 | 1,6% | 66 | 47 | 113 | 1,2% | 24 | 6 | 30 | 0,4% | 90 | 53 | 143 | 1,5% | 155 | 52 | 237 | 1,8% |
| P. Vasco | 10 | 0 | 10 | 0,4% | 4 | 6 | 12 | 0,3% | 16 | 4 | 22 | 0,3% | | | | | | | | | | | | | | | | |

ANEXO 6



ANEXO 7



ANEXO 8



1.



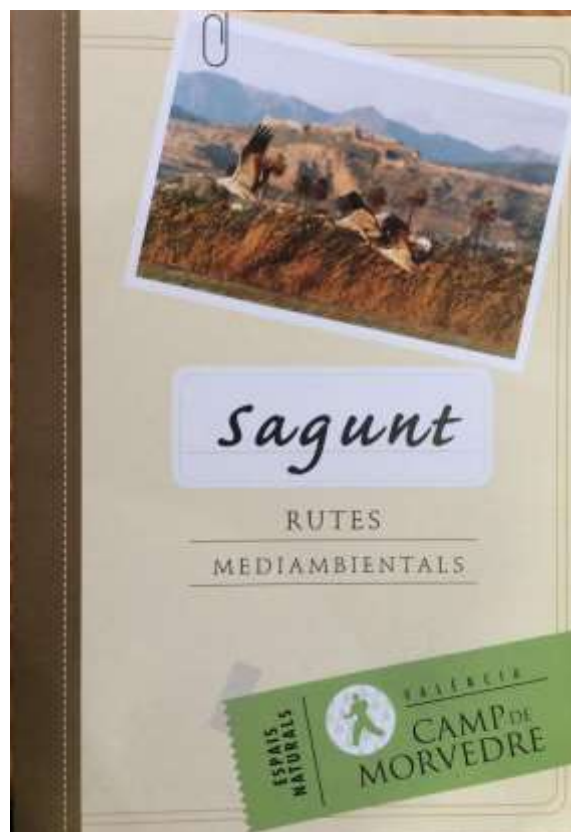
2.

1. Folleto C. Itinerarios culturales Sagunto. Tamaño pequeño.
2. Folleto C. Itinerarios culturales Sagunto. Tamaño grande.

ANEXO 9



1.



2.

1. Folleto D. Rutas culturales
2. Folleto E. Rutas medioambientales

ANEXO 10

EL TEATRO ROMANO DE SAGUNTO

La construcción de edificios teatrales se difunde a partir del siglo IV a.C. por toda Grecia y acompaña la expansión de la civilización griega y posteriormente romana por la cuenca del Mediterráneo.

El teatro representa la tradición cultural de una ciudad antigua, perviviendo y conservando invariables los elementos que lo definen desde su origen.

En época romana, el teatro adquiere un marcado carácter político y social, que queda reflejado en la arquitectura del edificio. El desarrollo de la escena, que eleva su volumen hasta alcanzar la altura del graderío, crea un edificio cerrado. La decoración arquitectónica de su frente escénico, organizada en complejos órdenes de columnas, se asemeja a una fachada palaciega.

Las representaciones teatrales bienen lugar durante los juegos públicos y, en ocasiones, con motivo de la dedicación de un templo, para festejar el triunfo de un general o durante las pompas fúnebras de un gran personaje.

Los espectáculos en época romana se desarrollan generalmente a lo largo de todo el día. El Estado subvenciona un magistrado que se encarga de costearlos, siendo gratuitos para los espectadores, que debían vestir la toga obligatoriamente. El acceso a los juegos escénicos estaba permitido a todos los ciudadanos.

El Teatro Romano de Sagunto, edificio que se construye a mediados del siglo I d.C., como se ha podido documentar a través de las excavaciones arqueológicas realizadas recientemente, ha sido citado por numerosos viajeros e historiadores desde fechas muy tempranas. En el siglo X, Al-Fazl nos habla de un palacio hecho sobre el mar. A finales del siglo XVI, H. Cook lo describe como una media luna a la falda de la sierra, entre los castillos y la villa.

La documentación más extensa y abundante sobre el edificio abarca un periodo comprendido entre los siglos XVIII y XIX. El Teatro sufre su mayor destrucción durante la Guerra de la Independencia en 1811, con la demolición de su parte alta para facilitar el acceso de los cañones al Castillo, convertido en plaza militar. El 26 de agosto de 1896, el Teatro es declarado Monumento Nacional.

Las sucesivas restauraciones realizadas en el edificio durante el siglo XX no consiguieron dar una imagen fiel de la unidad arquitectónica del teatro romano, convirtiéndose en intervenciones parciales y puntuales que distorsionaron su estructura primitiva.

El Teatro Romano de Sagunto se sitúa en la vertiente septentrional de la colina que domina la actual ciudad, próximo a los vestigios monumentales del foro romano.

Sagunto está morfológicamente preparada para la implantación de un teatro en su marco urbano, debido a la gran pendiente de la montaña, que permitió tallar el graderío, facilitando su construcción y abaratando sus costes, aunque dificultó la construcción del cuerpo escénico, ya que tuvo que salvarse el fuerte desnivel de la roca mediante un potente aterramiento.

El sistema constructivo empleado en el Teatro estuvo condicionado por la situación física del terreno donde se edificó, que favoreció también una orientación de la cava, abierta al nordeste, permitiendo la entrada de vientos frescos del norte y este, y esquivando los vientos salvajes del sur y poniente.

La **arqueta**, espacio comprendido entre la escena y la cava, a partir de la cual se organiza la estructura del edificio, forma en el teatro saguntino una semicircunferencia, situándose en torno a las grandes escañeras, localidades privilegiadas destinadas a los magistrados de la ciudad.

El **graderío** está compuesto por tres órdenes, con sus respectivas gradas, pasillos, puertas y escaleras de acceso. Estos, independientes entre sí, están separados por barandillas que impiden la comunicación entre ellos. La cava está coronada por un pórtico, con una interrupción en la parte alta del graderío mediante puertas adinteladas. La existencia de gradas sobre el pórtico está atestigüada en los grabados del siglo XIX.

La combinación de puertas, escaleras, pasillos y gradas en los tres órdenes es completamente simétrica, observándose una proporción geométrica ascendente según las necesidades de espacio de cada orden. La capacidad del teatro en época romana se calcula que era de 4.000 espectadores.

El **proscenio** es el espacio donde se desarrolla la representación teatral y por debajo de su pavimento se encontraba el telón, que, con mecanismo muy complejo, ascendía en algunas representaciones y servía para ocultar a los intérpretes de la vista de los espectadores. Cuando el telón estaba subido, el público tenía ante sí una fachada arquitectónica, con su decoración como exclusiva protagonista de la representación.

El **cuerpo escénico** tenía igual altura que el graderío y estaba cubierto por una techumbre de madera. Desde él, los actores accedían al proscenio mediante tres puertas ancladas por muros semicirculares, de las que la central, más ancha, se denominaba **puerta regia**. La altura del frente escénico quedaba articulada en órdenes de columnas, de dimensiones decrecientes. Elementos de esta decoración arquitectónica han aparecido en las recientes excavaciones arqueológicas realizadas en el edificio.

En un grabado del siglo XIX se dibujan los vestigios de los anclajes del todo en el muro exterior del graderío, que, con un mecanismo semejante a las velas de un barco, cubría toda la cava del teatro, protegiendo a los espectadores del sol o la lluvia.

