



**Universidad
Zaragoza**

Trabajo fin de grado

**Análisis de la imagen de la Semana Santa de
Zaragoza como manifestación cultural**

Autor/es

Pablo Navarro Sánchez-Melendo

Director/es

Carmina Fandos Herrera

Facultad de Economía y Empresa

2024

Autor del trabajo: Pablo Navarro Sánchez-Melendo

Directora del trabajo: Carmina Fandos Herrera

Título del trabajo (español): Análisis de la Semana Santa de Zaragoza como manifestación cultural

Título del trabajo (inglés): Analysis of Holy Week in Zaragoza as a cultural demonstration.

Titulación: Marketing e Investigación de Mercados

RESUMEN

Hoy en día, el turismo compone uno de los sectores fundamentales dentro del desarrollo económico y social de un país, repercutiendo directamente en el bienestar de las personas. De igual manera, existen ciertas disciplinas que permiten retroalimentar este turismo, siendo el marketing una de ellas. En base a ello, este trabajo se ha orientado al análisis de la imagen de la Semana Santa de Zaragoza como manifestación cultural.

En primer lugar, se pretende explicar desde una posición teórica, la validez que existe a la hora de categorizar el tema del trabajo dentro del ámbito cultural y/o religioso, junto con diversos elementos que ensalzan su grandeza a nivel patrimonial. De igual manera, se busca conocer de primera mano aquellas estrategias de marketing y comunicación más recientes y que por consiguiente permiten la difusión de dicha manifestación.

En segundo lugar, y con la intención de aplicar estos conceptos al marco de la ciudad, se ha considerado realizar un trabajo de investigación práctico que cuenta con dos técnicas de obtención de información. Finalmente, se ha configurado un análisis de los datos obtenidos y se han expuesto las consiguientes conclusiones y recomendaciones con la finalidad de mejorar dicha imagen.

ABSTRACT

Today, tourism is one of the fundamental sectors of a country's economic and social development, with a direct impact on people well-being. In the same way, there are certain disciplines that allow this tourism to be fed back and to be more widely being marketing one of them. On this basis, this work has focused on analysing the image of Holy Week in Zaragoza as a cultural event.

The main objective is to explain, from a theoretical point of view, the validity of the categorisation of the subject of the work in the cultural and/or religious sphere, along with different elements that highlight its greatness in terms of heritage. The aim is also to gain first-hand knowledge of the most recent marketing and communication strategies that allow this manifestation to be disseminated.

Secondly, and with the intention of applying these concepts in the context of the city, we have considered carrying out a practical research project using two techniques to obtain information. Finally, an analysis of the data obtained has been configured and the resulting conclusions and recommendations have been set out in order to improve that image.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	9
2.1 ¿Turismo cultural o turismo religioso?	9
2.2 Patrimonio cultural inmaterial	12
2.3 Estrategia de marketing y promoción de la Semana Santa de Zaragoza	15
CAPÍTULO 3: CONTEXTUALIZACIÓN	18
CAPÍTULO 4: TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	23
4.1 Definición de objetivos	23
4.2 Metodología	23
4.2.1 Metodología cualitativa: Entrevista en profundidad.....	23
4.2.2 Metodología cuantitativa: Encuesta.....	24
4.3 Resultados trabajo de investigación	26
4.3.1 Resultados entrevista en profundidad	26
4.3.2 Resultados encuesta	27
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES	35
5.1 Recomendaciones.....	37
BIBLIOGRAFÍA	39
ANEXOS	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1.1	11
Figura 4.3.2.1	27
Figura 4.3.2.2	27
Figura 4.3.2.3	28
Figura 4.3.2.4	29
Figura 4.3.2.5	29
Figura 4.3.2.6	30
Figura 4.3.2.7	30
Figura 4.3.2.8	31
Figura 4.3.2.9	32
Figura 4.3.2.10.	32
Figura 4.3.2.11	33
Figura 4.3.2.12	33
Figura 4.3.2.13	34

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1	7
Gráfico 3.1.1	22

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2.2.1	14
Ilustración 2.3.1	17
Ilustración 3.1.1	18
Ilustración 3.1.2	18
Ilustración 3.1.3	19
Ilustración 3.1.4	21
Ilustración 3.1.5	21

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.3.1	26
-------------------	----

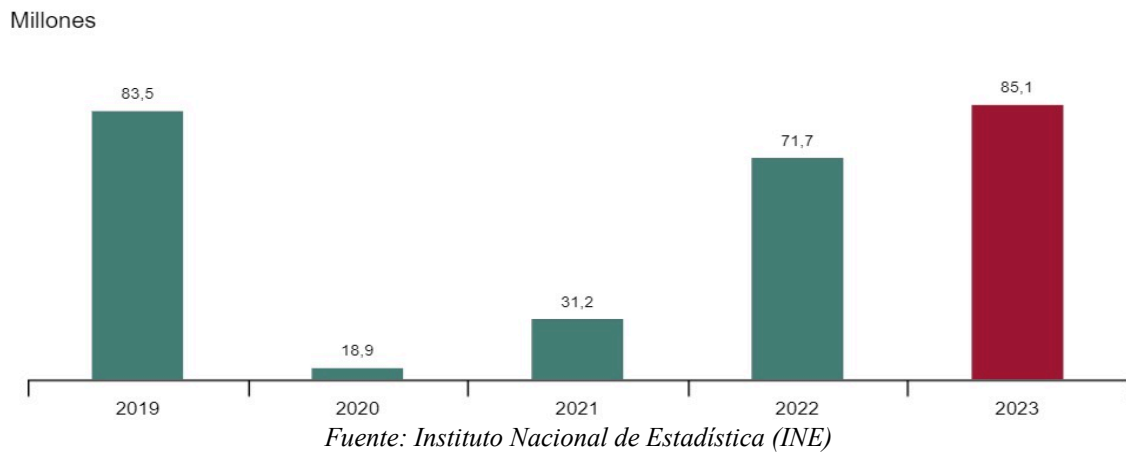
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros. Este turismo se ha convertido en uno de los sectores más prósperos y con mayores perspectivas de crecimiento en las últimas décadas, repercutiendo de manera directa en la economía de los países. De hecho, según La Moncloa (2023) uno de cada cuatro nuevos empleos creados en la economía española está vinculado al turismo. Otra de las citas a destacar de dicho artículo es la sustentada por el ministro de industria, comercio y turismo por aquel entonces, que reafirmaba como España sigue creando empleo vinculado a las actividades turísticas de una forma cada vez más robusta y siempre bajo la divisa de calidad, estabilidad, y excelencia.

Es por ello por lo que, cada vez más son los países que deciden invertir en turismo, promoviendo de esta manera la creación de nuevos puestos de trabajo y de empresas. Es más, según la Cuenta Satélite de Turismo que se publica de manera anual en el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2023), la actividad turística alcanzó los 155.946 millones de euros en 2022, suponiendo un 11,6% de la aportación al PIB, suponiendo 3,9 puntos más que en el año 2021. Las ramas características del turismo generaron más de 1,9 millones de puestos de trabajo, es decir, el 9,3% del empleo total.

Al mismo tiempo, la imagen del destino turístico es uno de los aspectos más primordiales y efectivos de cara a la elección de este. El mero hecho de satisfacer las necesidades del turista y adaptarse en todo momento a lo que solicita supone un target prioritario para cualquier estrategia de marketing, determinando así en multitud de ocasiones el posible éxito del destino, o, por el contrario, el fracaso.

Gráfico 1.1: Llegada de turistas internacionales anuales 2019-2023



Como bien podemos observar en el gráfico 1.1, este 2023, España ha batido el récord de turistas. Es más, tras la reciente crisis sanitaria, ningún experto en la materia tenía previsto que la recuperación del turismo español se acentuara en un periodo de tiempo tan escaso como el acontecido.

En cuanto a la actividad turística aragonesa, es importante destacar que no es una región que cuente con el famoso turismo de sol y playa, pero lo cierto es que año tras año, el turismo en esta región va *in crescendo*. Como recoge el consejero de Medio Ambiente y Turismo, Manuel Blasco, y según Aragón Hoy (2024), 2023 ha batido todos los récords de turismo en Aragón, con un total de 3.817.659 millones de visitantes, frente a los 3.810.445 que se registraron en el 2019 repercutiendo así de manera directa en la generación de puestos de trabajo y empresas.

Mencionar a Aragón supone hablar de tradición, religión y cultura. Y con ello del famoso turismo religioso y cultural. Cierto es que muchas personas perciben estas dos modalidades de turismo por iguales, pero la realidad es que ambas modalidades son complementarias. A lo largo de este trabajo se irán detallando dichas similitudes y diferencias.

El asunto principal sobre el que hablaremos en este trabajo se va a basar en la Semana Santa de Zaragoza, la cual se encuentra dentro de los eventos culturales/religiosos más importantes de la ciudad, concretamente, el segundo más importante después de la festividad de Nuestra Señora del Pilar. Supone a su vez uno de los principales atractivos turísticos de la Comunidad de Aragón, y de España. Tras su declaración en el año 2014 como Fiesta de Interés Turístico Internacional, son miles de turistas los que año tras año acuden a la ciudad maña para presenciar cómo las calles se tiñen de devoción, emoción y

celebración, reafirmando de esta manera la gran tradición y el patrimonio histórico y humano con el que cuenta la ciudad de Zaragoza.

Concretamente, y según Zaragoza Turismo (2023), el año pasado se contabilizaron más de 11600 consultas en las oficinas de turismo. Una cifra que año tras año incrementa y que premia todo el esfuerzo que hay detrás de la Semana Santa. Sin ir más lejos, este 2023 pasado, la Semana Santa de Zaragoza dejó más de 30 millones de euros en las arcas, rozando el 73% de la ocupación hotelera. Además, se incrementó en un 15% las cifras de visitantes no nacionales con respecto al año pasado. Para este 2024, la previsión es excelente, ya que según estimaciones realizadas por la Asociación de hoteles y restaurantes HORECA, el nivel de ocupación rondará el 81%, siendo la noche del Viernes Santo el punto más concurrido, superando el 90%.

Por tanto, considerando la importancia de la Semana Santa en Zaragoza, el objetivo general de este TFG sería analizar la imagen de la Semana Santa de Zaragoza como manifestación cultural, aunque con cierta vertiente turística. Para la obtención de dicho objetivo, se llevará a cabo una investigación antes, durante, y después de la Semana Santa de Zaragoza, contando con la ayuda de expertos en la materia, y licenciados en la Semana Santa como destino turístico.

Por consiguiente, los objetivos específicos del trabajo son los siguientes:

1. Analizar la historia y la tradición de la Semana Santa de Zaragoza, identificando sus puntos fuertes y sus elementos diferenciales.
2. Identificar las estrategias de comunicación que se utilizan a la hora de promocionar eventos de tal magnitud.
3. Analizar el impacto de la Semana Santa de Zaragoza dentro del ámbito cultural y religioso en el que se enmarca dicha manifestación.

A continuación, se describirán las distintas partes en las que el TFG está comprendido:

El primer capítulo consiste en una breve introducción sobre aquellos aspectos que tienen mayor relevancia durante el trabajo, así como la definición del objetivo general y los objetivos específicos que le acompañan. El marco teórico acerca del tema principal del TFG versará en el segundo de los capítulos, analizando detalladamente la historia del turismo en Aragón y su posterior evolución. De esta manera, se abordará en detalle uno de los puntos más relevantes del trabajo, el debate sobre el turismo cultural y religioso.

Finalmente, pero no por ello menos importante, se mencionarán las promociones que se realizan para difundir y dar a conocer la Semana Santa de Zaragoza. Por consiguiente, el tercer capítulo versará de la contextualización sobre la que se moldea el tema del TFG, abordando así los detalles más significativos y los orígenes de esta. En el penúltimo capítulo se recoge toda la parte más interactiva y de investigación, el trabajo en profundidad. Todos los resultados posteriormente serán analizados. Finalmente, el quinto capítulo abordará las conclusiones y posibles recomendaciones derivadas del análisis de los resultados.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1 ¿TURISMO CULTURAL O TURISMO RELIGIOSO?

Hoy en día, el turismo religioso es uno de los principales nichos del mercado turístico en crecimiento (Aulet, 2011). Ciertamente es un concepto que en ciertas ocasiones genera bastante conflicto, ya que no existe una definición común por regla general, pero sí varias que se aproximan a la realidad. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2021), el turismo religioso se cataloga como aquella actividad específica relacionada con la prestación de servicios y la satisfacción de las necesidades de los turistas que viajan a centros religiosos sagrados fuera de su entorno habitual.

De esta manera, el individuo no solo busca conectar físicamente con el destino del viaje, sino que también va en busca de esa espiritualidad y magia que caracteriza al lugar. Así, ayuda a valorar hasta el más mínimo detalle de la vida y te permite desconectar de las pantallas a las que hoy en día se está tan acostumbrado.

La realidad es que, para muchos, el turismo religioso supone una modalidad realmente antigua y que cada vez son menos los individuos que deciden visitar un lugar por su religión, pero la realidad es totalmente contraria, ya que son muchas las asociaciones y empresas que abogan por estas modalidades. De hecho, uno de los puntos fuertes del turismo religioso son las famosas Jornadas Mundiales de la Juventud (JMJ), donde tanto jóvenes como adultos procedentes de cualquier rincón del mundo conviven durante una semana para compartir y promulgar su fe. Además, cuenta con la asistencia del Papa Francisco, algo único para los más devotos. Este pasado 2023, las JMJ se celebraron en Lisboa (Portugal) y según los organizadores de estas, se contabilizaron más de 350.000 fieles inscritos de manera oficial, procedentes de más de 150 países. Un dato más que

llamativo, a falta de contabilizar todas aquellas personas no inscritas de manera oficial más miembros de la organización.

En España, y muy relacionado con la Semana Santa, existe el Encuentro de Jóvenes de Hermandades y Cofradías de toda España (JOHC). Como su propio nombre indica, supone un encuentro entre todos aquellos cofrades que conforman cada una de sus respectivas Semanas Santas. El principal objetivo de este encuentro no es otro que el de dar a conocer la Semana Santa de su respectiva zona y animar a visitarla, aparte de convivir con personas de toda España dentro de un sentimiento y devoción común. Ciertamente es que para momentos como los actuales donde cada vez existe más controversia o diferencias entre las religiones, o en muchas ocasiones resulta un tema tabú a tratar, son los jóvenes quienes impulsan diversas iniciativas y encuentros.

Resulta imposible no mencionar en este punto la joya que conforma la mayoría de las visitas de carácter religioso a la ciudad maña; la Basílica de Nuestra Señora del Pilar. Desde antaño, esta catedral y basílica supone un foco de atención para peregrinos desde el S. XIII. Hoy en día, según el Heraldo de Aragón (2023), esta recibe más de 5 millones de turistas al año, siendo la infraestructura que consolida a Zaragoza como una de las ciudades más punteras en cuanto a turismo religioso de toda España.

Por otra parte, otra de las modalidades de turismo que en estos últimos años ha adquirido especial importancia es el turismo cultural. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2017), esta modalidad se define como un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender a descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales de un destino turístico, entendiendo por esos atractivos el arte, la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, entre otros. Toda esta definición lleva a un objetivo común por parte de todos los viajeros; enriquecerse a través de una inmersión en las diferentes manifestaciones culturales de las que disponga el destino del viaje.

Durante muchas décadas ha existido ese debate entre turismo cultural y turismo religioso, pero ambos están estrechamente relacionados. Uno de los teólogos más influyentes del siglo pasado, (Tillich,1924), afirmaba como la religión es entendida como la dirección del espíritu hacia lo incondicionado, la cultura como la dirección del espíritu hacia las formas condicionadas, y la relación entre ambas es que la cultura resulta una forma de expresión de la religión, y esta última es la sustancia, o el significado de la cultura.

Muchos son los que se replantean si el turismo cultural realmente es significativo en pleno 2024, pero los estudios y artículos nos remiten a la alta importancia que los turistas le otorgan a la hora de definir un viaje en concreto. Ostelea, (2020) afirma como el turismo cultural representa más de un 37% de este sector dentro del cómputo internacional, siendo la generación de empleos y la preservación del patrimonio cultural las principales ventajas. A nivel nacional, y según el Ministerio de Cultura y Deporte de España, el 18,6% del total de viajes realizados en 2022 por ocio, recreo o vacaciones de los residentes en España fueron iniciados principalmente por motivos culturales. Traducido a cifras más visibles, más de 28 millones de viajes en 2022 fueron movilizados por la cultura con un gasto total asociado de más de 23.800 millones de euros.

Figura 2.1.1: Viajes de residentes en España realizados principalmente por motivos culturales según destino en porcentaje



Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte

Como podemos presenciar en el gráfico de la parte superior, un 67,3% de los españoles prefieren impartir el turismo cultural dentro de su país antes que realizarlo fuera de él. Una muestra muy clara del importante patrimonio cultural e histórico que posee España. Ciertamente es que por patrimonio nos referimos al conjunto de bienes heredados que se viven en el presente y deben de ser protegidos y conservados, para posteriormente ser transmitido a las futuras generaciones. Por lo tanto, el Patrimonio Mundial está integrado por bienes o sitios que poseen un valor universal excepcional. Con ello, España es uno de los países que cuenta con más bienes inscritos en la lista de Patrimonio Mundial, concretamente 50. Si nos referimos concretamente a la Comunidad de Aragón, encontramos 3 de esos 50 bienes. Pirineos – Monte Perdido (1997), Arquitectura mudéjar de Aragón (1986) y Camino de Santiago (1993).

Ciertamente es que este último no es íntegro de Aragón, ya que son varias las comunidades por las que transcurre el Camino de Santiago, pero lo cierto es que Aragón resulta una comunidad con bastante importancia dentro del espectro nacional. De hecho, el segundo

de los bienes mencionados anteriormente es uno de los elementos identificativos de la cultura española a nivel internacional.

Es ahora cuando llega el gran debate entre si la Semana Santa se asemeja más al turismo cultural, al turismo religioso, o por consiguiente a ambos. Si nos focalizamos en la Semana Santa de Zaragoza, la respuesta resulta muy precisa. Esta, que fue declarada Fiesta de Interés Turístico Internacional en el año 2014, se complementa con ambos tipos de turismo. Las comparaciones son odiosas, y este es el claro ejemplo de cómo una manifestación puede aunar diferentes tipos de turismos, eso sí, muy relacionados. La religión forma parte de la cultura de un país, y esa complementariedad es lo que la hace tan especial. Muchos son los que acuden a Zaragoza a contemplar el patrimonio cultural del que dispone la ciudad. Su estremecedor sonido, sus imágenes, sus cofrades y su procesión del Santo Entierro son los principales atractivos culturales.

Por otra parte, la fe, la devoción, el recogimiento y la tradición cristiana son símbolos que representa a la perfección la Semana Santa de Zaragoza. Para muchos creyentes, esta Semana Santa supone una oportunidad de oro para renovar su fe y participar en las diversas tradiciones religiosas que han formado parte de la vida de la ciudad durante siglos. Para otros tantos, un momento único del año donde poder apreciar la rica tradición de una ciudad inmortal y las imágenes de un valor histórico incalculable.

2.2 PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

Una de las confusiones más habituales que existen a la hora de referirnos a la Semana Santa es su catalogación, ya que son muchos quienes consideran la Semana Santa como un evento turístico tras su declaración como Fiesta de Interés Turístico Internacional, pero la percepción difiere en varias ocasiones de la realidad. Es por ello, por lo que según el Boletín Oficial de España (BOE, 2024), se declara la Semana Santa como manifestación representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial.

El origen de este término no resulta muy preciso, pero nos tenemos que remontar al 17 de octubre de 2003, más concretamente a la celebración de La Convención para la salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial, en la ciudad de París. Hasta el momento, siempre se había tratado el tema del Patrimonio Cultural Material, pero en este caso la situación iba a ser distinta, ya que se iba a abordar un nuevo concepto pocas veces antes tratado. De esta manera, es en esta convención donde se revisan y mejoran los anteriores acuerdos referidos al Patrimonio Cultural Material, y se adopta de manera oficial el

concepto de “Patrimonio Cultural Inmaterial” (PCI) y su consiguiente definición oficial (María Noguerras, 2023).

Por tanto, el PCI se entiende como los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, grupos, y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural transmitidos de generación en generación. (María Noguerras, 2023). Por lo tanto, es aquí encontramos el primer concepto clave que define a la Semana Santa de Zaragoza: representación. Esa representación sobre la pasión de Cristo acontecida hace más de 2000 años en Jerusalén y que gracias a la tradición ha podido conservarse hasta el día de hoy. He de recordar también que la Semana Santa de Zaragoza cuenta con más de 600 años de historia, y que, por lo tanto, esta representación se engloba dentro del patrimonio cultural no solo de la ciudad, sino todo el país.

El segundo elemento que se relaciona directamente con esta manifestación es el del instrumento.

“Sí que es cierto que es la que más reúne tambores y bombos de toda España, porque no sólo hay tambores.” (116-117).

De hecho, la Semana Santa de Zaragoza se distingue por su fervor religioso, solemnidad y el inconfundible sonido de sus instrumentos tradicionales. Bombos, tambores, timbales y matracas son capaces de crear una atmósfera única que envuelve a las calles de la ciudad (Semana Santa de Zaragoza, 2024). Lo cierto es que, si juntamos los elementos mencionados anteriormente, obtenemos una mezcla básica que permite conocer la tradición de los instrumentos heredados en Zaragoza.

“hasta que, en el año 30, un mossen francisco, pues, que era del Bajo Aragón de Calanda viene a Zaragoza y trae consigo el tambor típico de Calanda, que esos tambores y esos bombos la teoría más cercana es que provienen de la tradición de matar judíos, que era cuando bueno, pues cuando Cristo muere, pues retumba todo y entonces ese resonar, pues era lo que lo que lo que significa el sonido de los tambores y gustó mucho en Zaragoza.” (53-59).

Otro de los elementos a considerar según la definición son los objetos y artefactos, aunque resulta más preciso renombrarlos en una categoría, la artesanía. De esta manera, la elaboración de los pasos procesionales, hábitos, estandartes y otros elementos dentro del marco litúrgico conforman una expresión de arte tradicional que se ha ido transmitiendo

de generación en generación. De igual manera, son muchos los cofrades quienes anónimamente deciden donar elementos litúrgicos a sus respectivas cofradías, y ensalzar así el patrimonio cultural y artesanal de que dispone una cofradía.

Además, el hecho de que muchos de los pasos procesionales estén esculpidos por imagineros nacionalmente conocidos atrae cada año a turistas que quieren conocer más de cerca los detalles arquitectónicos de cada uno de estos “maestros del arte”. Nombres como Ricardo Flecha, José Antonio Navarro Arteaga o Francisco Berlanga, entre otros, pueden verse reflejados cada Semana Santa.

Ilustración 2.2.1: Paso de la Santa Cena, obra de José Antonio Navarro Arteaga



Fuente: Heraldo de Aragón

Sin dejar de lado este concepto, en los últimos meses ha resonado una propuesta por toda Zaragoza, y es la de crear el museo de la Semana Santa de Zaragoza con la finalidad de conservar todo el patrimonio cultural inmaterial del que dispone la ciudad desde hace más de 600 años. Lo cierto es que esta propuesta ha cogido forma y está muy cerca de convertirse en una realidad. De hecho, según El Periódico de Aragón (2024), las cofradías de Zaragoza han ofrecido más de 140 piezas de patrimonio para el museo de Semana Santa, incluyendo hasta 13 pasos completos, peanas procesionales, esculturas, imágenes y textiles.

“Creo que la Semana Santa de Zaragoza cada vez va a más, que se necesitaría un museo de Semana Santa, puesto que las obras artísticas se encuentran actualmente en un garaje en, en San Vicente de Paúl, y eso es lo que necesitaría. De hecho, con eso sabríamos el impacto que de verdad tiene nuestra Semana Santa en la ciudad de Zaragoza”. (199-202).

2.3 ESTRATEGIA DE MARKETING Y PROMOCIÓN SEMANA SANTA DE ZARAGOZA

Hablando del turismo, el marketing nos permite conocer la precisión de una campaña y la satisfacción o insatisfacción que los turistas han experimentado. Es por ello por lo que, en el caso de la Semana Santa de Zaragoza, son muchos los actos y las promociones que se realizan semanas antes para ir ambientando a la ciudad hacia ese sentimiento de pasión, devoción, y silencio.

A la hora de diseñar una estrategia de marketing turístico, un requisito clave es conocer al turista que se siente atraído por el producto o el servicio que se desea promocionar, por lo que resulta crucial un excelente conocimiento y análisis del turista objeto de estudio. Así, según Hosteltur, (2024) el perfil de turista medio en Semana Santa se basa en el afán de realizar un turismo tanto religioso como cultural, pero influenciado por las nuevas tecnologías y la digitalización. Además, el turista busca cada vez más un destino sostenible y concienciado con el medioambiente. Por otro lado, la influencia gastronómica del lugar siempre supone un aspecto importante a considerar.

Otro de los aspectos a incidir dentro del turismo se basa en la promoción del producto o del servicio que se desea ofertar, siendo el turismo, la cultura, y la religión los tres pilares fundamentales de esta fórmula. Es por ello por lo que supone imprescindible la planificación y el estudio del proceso que comprenda desde la adecuación y correcto conocimiento del destino hasta el periodo de promoción, comercialización y la consiguiente expansión de la campaña. Dentro de este estudio y análisis, las motivaciones y deseos de los usuarios suponen unas premisas de total cumplimiento. Es por ello, por lo que a continuación se detallan esa serie de promociones sobre la Semana Santa de Zaragoza que durante semanas han ido aconteciendo en la ciudad de Zaragoza.

La estrategia de promoción que más resalta en las fechas previas a la Semana Santa de Zaragoza es el conocido “*Concurso Exaltación De Los Instrumentos Tradicionales De La Semana Santa*”. Este año ha sido la XLIX edición, y como su propio nombre indica, configura una promoción única en la que todas las cofradías participan durante más de 4 horas y compiten por entrar dentro del ranking de las 8 mejores cofradías de la ciudad, suponiendo así el gran prelude de la celebración de la Semana Santa. Al mismo tiempo, son varias las cofradías que participan en este concurso sin pertenecer a la localidad de

Zaragoza, lo cual habla y muy bien de esta promoción, y como cada año son más las cofradías que quieren participar. Éste se realiza dos semanas antes del ansiado Domingo de Ramos en el Pabellón Príncipe Felipe, y es accesible para todo el mundo que quiera disfrutar de las marchas más emblemáticas y novedosas de cada una de las cofradías. Sin ir más lejos, y según El Heraldo de Aragón (2024), alrededor de 4000 personas vibraron en la capital aragonesa con el tradicional Concurso–Exaltación de instrumentos tradicionales.

Resulta imposible no mencionar una de las promociones que más repercusión ha tenido en este 2024. “*Ruta Cofrade*”, una iniciativa desarrollada por Zaragoza Turismo como parte de su oferta turística permite adentrarnos en la Semana Santa de una manera muy especial. Semanas antes del esperado sábado de pregón, se organizan varias rutas donde los más curiosos pueden visitar los templos más importantes de toda Zaragoza y presenciar en primera plana los pasos y peanas más significativos de cada cofradía, además de conocer múltiples detalles de índole religiosa y cultural que posiblemente desconozcas.

De igual manera, otra promoción muy reciente es la conocida como “*Tras tus pasos*”, iniciativa promovida por Gozarte. Esta se desarrolla durante la Semana Santa, y consiste en hacer visitas guiadas durante las procesiones. De esta manera, cada una de las noches que hay procesiones, uno tiene la posibilidad de contratar una visita guiada, y unos expertos en Semana Santa o cofrades son los encargados de realizar la visita durante las procesiones, explicando en todo momento su significado e incidiendo en detalles muy precisos que no todo el mundo conoce.

“entonces todas las noches que hay procesiones de Semana Santa tú puedes contratar esa visita guiada y unos expertos en Semana Santa, cofrades, te te hace la visita durante las procesiones y te van explicando lo que tú estás viendo”. (163-165).

Una semana previa al comienzo de la Semana Santa de Zaragoza, tuvo lugar el lanzamiento de la primera cerveza cofrade, llamada “*Samaritana*”. La samaritana hace referencia a la simbólica imagen que hay en la Plaza del Justicia (lugar de inicio y finalización de la mayoría de las procesiones en Semana Santa) de una mujer sosteniendo un jarrón de agua. Así, según Heraldo de Aragón, (2024), representa una cerveza con los aromas y sabores típicos de esas fechas, como las flores (recordando así a la decoración de los pasos estos días), las plantas aromáticas, el pan y la amargura de la Pasión de Cristo.

Ilustración 2.3.1: Cerveza Samaritana



Fuente: Heraldo de Aragón.

Finalmente, y como promoción a destacar en Zaragoza, sido la presentación de la revista “*Ziudad Cofrade*”. Durante muchos años, Zaragoza careció de una publicación que abordara la Semana Santa de Zaragoza y sus aspectos más íntimos/curiosos. Gracias al impulso del presidente Guillermo Carreras, con el que pude mantener una conversación, y sus 8 socios más, se ha puesto fin a esta carencia. Este último aspecto añade un valor significativo a la entidad, como se reflejó en la presentación llevada a cabo en el Palacio de San Voto. La realidad es que ha sido un secreto que poco a poco a través del conocido “boca a boca” se ha ido difundiendo por toda la ciudad, y muchos son los ciudadanos anónimos que han querido conocer esos secretos e intimidades que no todo el mundo conoce sobre la Semana Santa. Su impacto ha sido tal, que, en tan solo una semana, varios son los medios a nivel regional que se han puesto en contacto con ellos para explorar más a fondo y darle mayor difusión. Es innegable que esta iniciativa ha llegado para quedarse, y seguir enriqueciendo la vida cultural de la ciudad y promocionando la Semana Santa de Zaragoza como de verdad se merece.

CAPÍTULO 3: CONTEXTUALIZACIÓN

3.1 SEMANA SANTA DE ZARAGOZA

La Semana Santa es una época del año que significa mucho para los cristianos de todo el mundo. Es el momento de recordar los últimos días de la vida de Jesús, desde el Domingo de Ramos hasta la resurrección, el Domingo de Pascua. Al mismo tiempo, es una época de profunda reflexión, de emoción y de devoción (Cofradía de las Siete Palabras, 2024). Lo cierto es que, hoy en día, la Semana Santa de Zaragoza se ha convertido en una de las manifestaciones más importantes y significativas a nivel cultural y religioso del panorama nacional. Sin ir más lejos, junto con la Ruta del Tambor y del Bombo del Bajo Aragón, configura la mayor parte de los actos religiosos de la Comunidad.

Para muchos, es valorada como una Semana Santa devota, especial y ensordecedora a causa de sus más de 4000 instrumentos, y cuenta con varias peculiaridades con las que no muchas ciudades pueden destacar.

“¿Por qué están tan dorados y tan plateados y con tantos brillos en Sevilla? Porque el sol de Andalucía no es el mismo que tenemos en Zaragoza. ¿Por qué en Zaragoza los antiguos faroles ... eran con velas naturales, pero estaban cubiertos y actualmente siempre se utiliza la electricidad dentro de los faroles? Porque tenemos el cierzo, no le podemos poner a vírgenes velas naturales porque se van a apagar al primer soplido del cierzo” (40-47)

Ilustración 3.1.1: Cartel Semana Santa 2024



Fuente: Enjoy Zaragoza

Ilustración 3.1.2: Cartel Semana Santa 1949



Fuente: Heraldo de Aragón

Más adelante nos adentraremos en otra serie de detalles muy significativos que explican el auge de esta gran manifestación, pero es importante empezar por el principio, el origen de la Semana Santa de Zaragoza.

El origen de la Semana Santa de Zaragoza es un poco confuso, pero todos los autores llegan al mismo punto de partida. Siglo XIII, periodo donde la Real Hermandad de la Preciosísima Sangre de Nuestro Señor Jesucristo y Madre de Dios de Misericordia, conocida hoy en día también bajo el nombre de La Sangre de Cristo, ya veneraba a un Cristo en la capilla del Convento de San Agustín. Por otra parte, existía otra institución religiosa, La Venerable Orden Tercera de San Francisco de Asís, que siglos más tarde realizaría las primeras procesiones en fechas señaladas, siendo el Martes Santo, el Jueves Santo y el Domingo de Pascua sus días (Zaragoza Turismo, 2022).

Es importante destacar como la primera institución mencionada fue capaz de sobrevivir a la famosa Guerra de la Independencia, y con ello, la pérdida y destrucción de la mayoría de los pasos, documentos y elementos de la época. Pero, y como si de un milagro se tratara, hubo un baluarte que se conservó y se mantuvo intacto tras la destrucción del Convento de San Francisco. Y sí, hablamos del Cristo que siglos atrás era venerado.

Ilustración 3.1.3: Cristo de la Cama



Fuente: Hermandad de la Sangre de Cristo

Con el paso de los siglos, esta Semana Santa de estilo barroco iría evolucionando, pero manteniendo siempre la esencia de la tradición y la oración. Pero no sería hasta el S.XX donde se conformarían la mayoría de las 25 cofradías que hoy en día componen la Semana Santa de Zaragoza. Cada una de las cofradías representa uno de los momentos de la Pasión de Cristo. La primera de ellas, la cofradía de Nuestra Señora de la Piedad se creó en el año 1937. La última de ellas, la cofradía de la Soledad de Jesús ante las Negaciones de San Pedro y San Lamberto, que el 21 de marzo de 2017 fue proclamada cofradía penitencial.

Si nos adentramos en la Semana Santa moderna, la que conocemos hoy en día, tiene su origen en el año 1935, Según Zaragoza Ciudad, (2022), se produjo un incendio en el almacén donde se almacenaban los pasos, afectando de lleno al de la Entrada de Jesús en Jerusalén. Al mismo tiempo, los terceroles se declaraban en huelga y no querían procesionar. Finalmente, y para que la procesión se llevara a cabo, surgió a iniciativa de asociaciones religiosas, que fueran ellos los portaran los pasos. De esta forma se reunieron unas 400 personas para ir en procesión en 1935. Además, y como también se menciona en la entrevista en profundidad y en el capítulo 2.2 del trabajo, fue el Mosén Francisco Izquierdo el responsable de traer a la Semana Santa de Zaragoza el sonido de los tambores del bajo Aragón que él conocía muy bien desde que era niño por haber nacido en Torrecilla de Alcañiz, (Jeanvil100, 2024) suponiendo otro de los acontecimientos que dieron paso a esta nueva Semana Santa.

Otro de los elementos que hacen diferente a la Semana Santa de Zaragoza es la mencionada procesión del Santo Entierro. Esta procesión supone uno de los puntos más vibrantes de todo el año en la ciudad de Zaragoza, donde todas las cofradías se juntan al unísono junto con la Hermandad de la Sangre de Cristo para realizar una procesión única en España, convirtiéndose así en la procesión con mayor volumen de instrumentos de todo el territorio español. Una procesión que se celebra en la tarde del Viernes Santo. Verla entera es todo un ejercicio de paciencia y sentimiento, ya que se debe estar 3 horas aproximadamente en el sitio sin moverte. Para muchos una auténtica locura, para otros, un momento de devoción, tradición y oración.

“la procesión del Santo Entierro solo se ha suspendido en 3 momentos puntuales a lo largo de toda su historia; siendo la Guerra Civil y la COVID-19 dos de dichos momentos” (126-128).

He de añadir que este 2024, la procesión del Santo Entierro se ha visto cancelada debido a las incidencias meteorológicas dadas durante estas fechas tan señaladas, suponiendo así la cuarta vez que cancela en más de 400 años. Ciertamente es que hasta el último momento no se supo, pero tras una reunión ordinaria y extraordinaria por parte de la Hermandad de la Sangre de Cristo, consideraron que esta decisión la más oportuna.

Ilustración 3.1.4: Procesión Santo Entierro 1855



Fuente: Archivo Gaza

De igual manera, hay otro momento que marca el devenir de la Semana Santa de Zaragoza. Cada Miércoles Santo, las calles de Zaragoza se configuran de curiosos y devotos que se preparan para presenciar el encuentro entre dos de las cofradías más emblemáticas de la ciudad: La cofradía de Jesús Camino del Calvario y la Hermandad de San Joaquín y la Virgen de los Dolores. Es por ello por lo que a las 12 de la noche, sendas cofradías se encuentran en la Plaza de Nuestra Señora del Pilar emulando el encuentro que María tuvo con Jesús mientras este, ya sentenciado a muerte, iba camino del calvario. Un momento único, de silencio, de oración, y de mucho sentimiento que da comienzo al día más importante, el Jueves Santo.

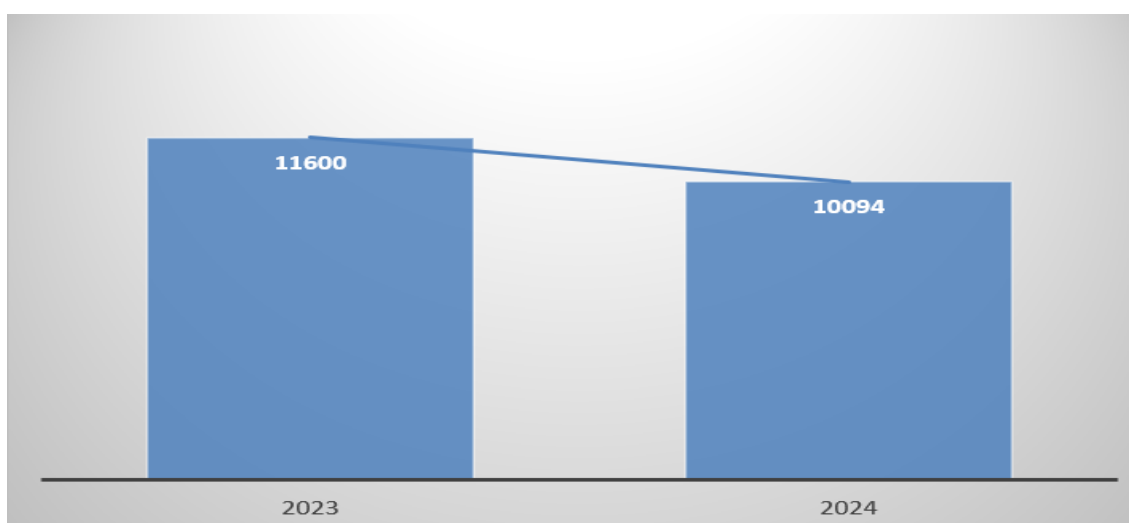
Ilustración 3.1.5: Momento de encuentro Miércoles Santo



Fuente: Heraldo de Aragón

Este año, la Semana Santa de Zaragoza no ha tenido el impacto que a priori se esperaba debido a las incidencias meteorológicas, incrementando el número de cancelaciones a última hora. Días tan importantes como el Lunes Santo, la noche del Miércoles Santo y el Viernes Santo se tuvieron que suspender la mayoría de sus procesiones. Es por ello por lo que la actividad turística se ha visto reducida en un 13% en cuanto al número de consultas en las oficinas de Zaragoza Turismo, siendo 10.094 miles de consultas realizadas.

Gráfico 3.1.1: N° de consultas realizadas en oficinas de Zaragoza Turismo



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 4: TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

4.1 DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

A nivel general, y como se detalló en el final del capítulo I, el principal objetivo que se persigue a través de este Trabajo Fin de Grado es el de analizar la Semana Santa de Zaragoza como manifestación cultural, y conocer qué aspectos llaman la atención al individuo y cuáles se podrían mejorar. También se busca conocer cuáles son las principales estrategias de comunicación utilizadas para promocionar un evento de tal magnitud y repercusión, ya que como bien hemos mencionado durante todo el TFG, la Semana Santa de Zaragoza es una fiesta de Interés Turístico Internacional.

Con la finalidad de lograr dichos objetivos, se ha llevado a cabo una investigación empírica tanto cualitativa como cuantitativa. Para la parte cualitativa, se ha decantado por la realización de una entrevista en profundidad, mientras que para la parte cuantitativa se ha optado por una encuesta llevada a cabo entre la población española. Más adelante se aborda en detalle cada una de las dos técnicas de investigación, incluyendo en anexos el guion de la entrevista y el cuestionario.

4.2 METODOLOGÍA

4.2.1 Metodología cualitativa: Entrevista en profundidad

En vista a los objetivos planteados al comienzo del trabajo y en el punto anterior, la entrevista en profundidad se postulaba como la mejor opción para desgranar al máximo el tema sobre el que versa este trabajo, e incidir así en ciertos detalles que no todo el mundo conoce, ya que una persona experta en el tema es capaz de aportar gran variedad de información gracias a su conocimiento, estudio y experiencia. De esta manera, contacté con María Nogueras, doctora en Turismo por la Universidad de Zaragoza y especializada en el Patrimonio Cultural Inmaterial. Además, María es una persona experta en el tema de la Semana Santa zaragozana, ya que es también cofrade, y, por lo tanto, ha permitido ampliar el conocimiento sobre la historia de la Semana Santa y sobre sus influencias. Por consiguiente, se realizó una entrevista en profundidad personal, directa, y bajo un guion que se fue modificando a medida que avanzaba la misma.

De esta manera, se consiguió abordar a grandes rasgos los temas planteados, incidiendo en aspectos más propios del tema, así como otros más sociales. Además, la persona entrevistada trató de aportar el máximo de información desde su sabio conocimiento.

También realizó recomendaciones, poniendo aún más de manifiesto su grado de implicación con la entrevista.

La entrevista se realizó el 23 de febrero en el despacho de la persona entrevistada, es decir, cara a cara, y su grabación fue totalmente consentida para posteriormente realizar una mejor comprensión y transcripción que se encuentra disponible en el Anexo 1 del trabajo.

4.2.2 Metodología cuantitativa: Encuesta

Para proseguir con el cumplimiento de los objetivos mencionados, en esta segunda parte de la investigación de mercados se ha optado por utilizar una encuesta como técnica cuantitativa. La encuesta en cuestión se ha realizado a través de la opción de Google “Google Forms”, ya que facilita la elaboración del cuestionario y la posterior comprensión de los resultados. La finalidad de escoger este método no es otro que la de incluir todo tipo de preguntas y tener una gran variedad a la hora de configurar el cuestionario, tales como elegir si una pregunta es obligatoria u opcional, o la posibilidad de incluir fotos y videos para clarificar la información (Pérez, 2016). Finalmente, “Google Forms” proporciona un acceso inmediato a las respuestas a través de un servidor.

En primera instancia, es importante seleccionar los criterios para el diseño de la muestra. En este caso, el requisito fundamental a contemplar es la población nacional mayor de 18 años dispuesta a responder la encuesta, ya que esta ha sido compartida a través de varios contactos y grupos de difusión alrededor de toda España, especialmente grupos de carácter religioso. Este cuestionario ha estado disponible durante casi dos meses, concretamente desde el 19 de marzo hasta el 19 mayo, pudiendo recoger opiniones antes, durante y después de la Semana Santa, hecho más que importante a la hora de valorar los resultados.

En cuanto al diseño, se ha propuesto una encuesta completamente estructura con preguntas en primer lugar de carácter objetivo (lugar de procedencia, género con el que se siente identificado) y de carácter subjetivo (valorar en una escala del 1 al 7 las siguientes afirmaciones). Más específicamente, el tipo de preguntas que predominan son cerradas, tanto con respuesta única como múltiple, debido a su rapidez y comodidad a la hora de responderlas. Ahora bien, también hay preguntas abiertas y semiabiertas.

Por otro lado, y con el objetivo de mantener un grado de coherencia dentro de la elaboración del cuestionario, se ha decidido comenzar con preguntas más introductorias de contacto con la finalidad de crear un clima positivo y de conocimiento a la hora de

comenzar con el mismo. Conforme el cuestionario iba avanzando, las preguntas resultaban más subjetivas, en las que los individuos tenían que dar su opinión / valoración acerca de una serie de aspectos importantes para el posterior análisis. Así, 6 de las preguntas se han realizado bajo el modelo de escala Likert; donde el encuestado expresa su grado de acuerdo o desacuerdo conforme a una afirmación, valorando del 1 al 7, clasificando estos atributos desde “totalmente en desacuerdo” o “nada necesario” a “totalmente en acuerdo” o “muy necesario”. En el cuestionario también se ha incorporado una respuesta de control para comprobar la validez de los resultados y si la encuesta se realiza de forma sincera. Finalmente, se han incluido preguntas de clasificación para tener controlada la muestra en todo momento.

Esta encuesta se encuentra disponible en el Anexo 2 y fue realizada a partir de una pequeña prueba que se realizó a personas de confianza, para comprobar que todo se comprendía correctamente y que el vídeo se visualizaba correctamente. Como se ha comentado con anterioridad, los resultados se han pasado de forma directa a un Documento de Google (formato Excel) con el objetivo de tener una mayor claridad y comprensión a la hora de realizar el correspondiente análisis y las posteriores conclusiones.

Se muestra a continuación la ficha técnica de la investigación realizada:

Área geográfica	Territorio nacional
Universo	Población nacional mayor de 18 años de fuera de Zaragoza
Temporalidad	19 marzo – 19 mayo
Selección	Aleatoria
Entrevistas	Online
Encuestas válidas	109
Margen de error ¹	8,84%

¹ El margen de error se ha calculado con un IC del 95% en base a datos de la población actual tanto de España (48.692.804) como de la ciudad de Zaragoza (683.949). Datos facilitados por el Instituto Nacional de Estadística

4.3 RESULTADOS TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

4.3.1 Resultados entrevista en profundidad

A continuación, y como se puede observar en la siguiente tabla, encontramos de manera resumida las respuestas obtenidas tras la realización de la entrevista a María Nogueras (Anexo 1). De esta manera, la tabla se encuentra estructurada en función de los diversos bloques sobre los que se quería incidir y del objetivo.

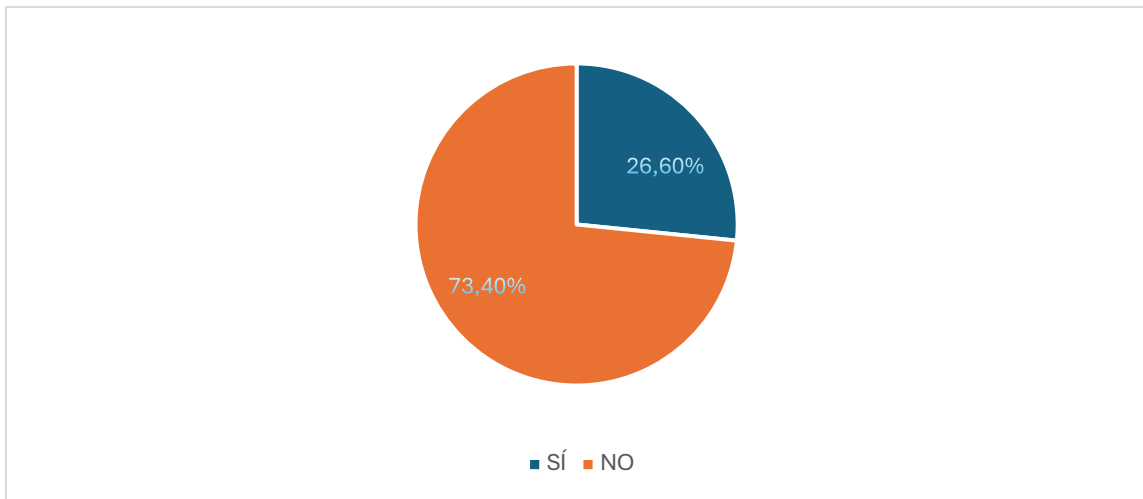
Tabla 4.3.1: Resumen resultados entrevista

<ul style="list-style-type: none">• Origen de la Semana Santa de Zaragoza
Se comenta el nacimiento de la Semana Santa de Zaragoza, incidiendo en algunos detalles de especial interés como por ejemplo la llegada del primer tambor. Además, se argumenta en cierto modo la diferencia que existe con otras Semanas Santas del resto de España. Finalmente, se habla de la influencia que ha generado la Semana Santa en otras localidades.
<ul style="list-style-type: none">• Características de la Semana Santa de Zaragoza
Se incide en diversos aspectos que ensalzan la Semana Santa de Zaragoza y sus tradiciones, tales como la procesión del Santo Entierro (procesión con mayor influencia de instrumentos de toda Zaragoza) y otros momentos excepcionales. En relación con lo anterior, se comenta el número aproximado de cofrades e instrumentos que hay en la actualidad.
<ul style="list-style-type: none">• Turismo en Zaragoza durante estas fechas
Se afirma la crecida a nivel turístico que la ciudad ha recibido en estos últimos años durante estas fechas, especialmente en la zona del centro, gracias en parte a la propuesta medioambiental y de sostenibilidad que sostiene la ciudad. Se realiza también una breve reflexión sobre el patrimonio que la ciudad atesora comparándola con otras ciudades.
<ul style="list-style-type: none">• Marco social de la Semana Santa de Zaragoza
Se detalla con precisión sobre la gran variedad que existe dentro de la ciudad tanto en el ámbito gastronómico como en el social, destacando esa serie de promociones y lugares que enriquecen la cultura de la ciudad durante todo el año, no solo en este periodo tan especial.
<ul style="list-style-type: none">• Pertenencia a una cofradía
Se argumenta y comenta los posibles requisitos que pueden existir a la hora de incorporarse a una cofradía, contando la persona entrevistada su experiencia personal y el significado al mismo tiempo que conlleva, ya que el pertenecer a una cofradía es algo serio. Además, se realiza una breve comparación incidiendo en el sentimiento de pertenencia a una cofradía en comparación con otra ciudad.
<ul style="list-style-type: none">• Vistas al futuro
Se valora y se recomienda la posibilidad de crear un museo de la Semana Santa de Zaragoza, ya que actualmente gran parte de los pasos procesionales se encuentran en un garaje del centro de la ciudad. Además, este hecho podría mejorar la llegada de turistas y dar un impulso más a esta gran manifestación cultural.

4.3.2 Resultados encuesta

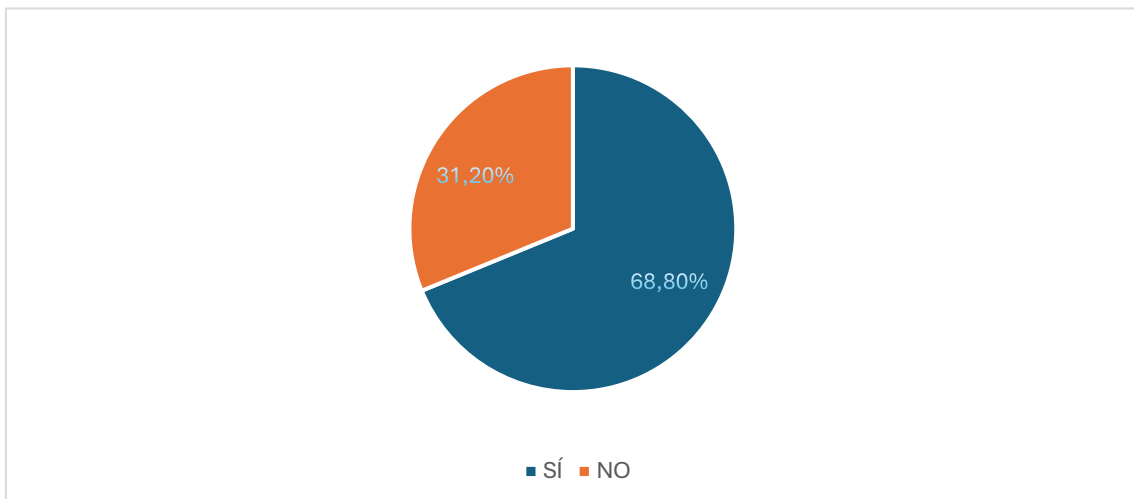
En primer lugar, se hace una pregunta introductoria apreciable en la Figura 4.3.2.1 para conocer cuántos individuos forman parte de nuestra población objeto de estudio, finalizando por consiguiente la encuesta para aquellos que responden SÍ a la pregunta ¿Eres de Zaragoza?

Figura 4.3.2.1: Población objeto de estudio



Por consiguiente, y para ir adentrándonos en el tema principal del trabajo, se realiza una segunda pregunta en la que se busca conocer el porcentaje de individuos que han escuchado hablar alguna vez acerca de la Semana Santa de Zaragoza. Como podemos observar en la siguiente figura, casi el 70% de la población ajena a la ciudad de Zaragoza son conocedores de esta manifestación, en parte gracias a su declaración en el año 2014 como Fiesta de Interés Turístico Internacional (ver figura 4.3.2.2)

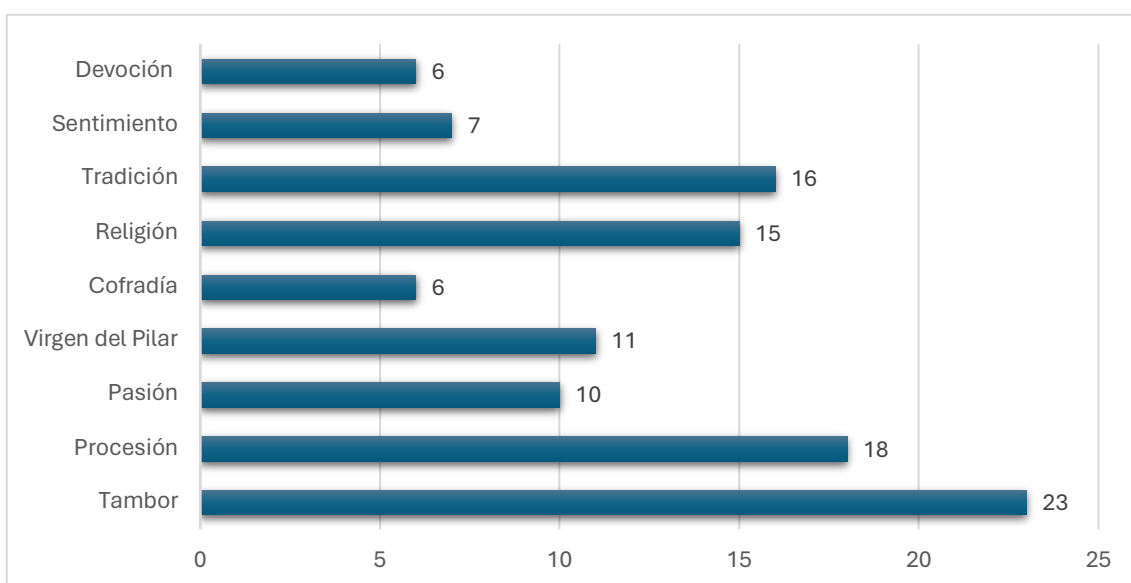
Figura 4.3.2.2: % de individuos que han escuchado hablar sobre la Semana Santa de Zaragoza



Para todas aquellas personas que no tienen certeza sobre la Semana Santa de Zaragoza, se proporciona un pequeño texto en el que se habla a grandes rasgos sobre esta. Este texto se encuentra disponible en el Anexo 2.

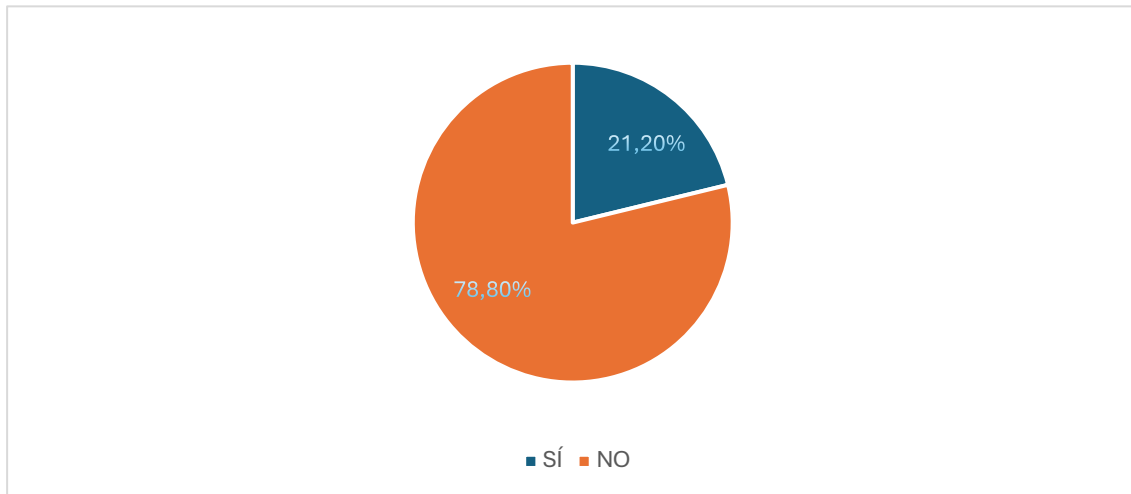
En relación con la pregunta anterior, se busca identificar las tres primeras palabras que le vengan a la cabeza al individuo al mencionar el concepto de Semana Santa de Zaragoza, utilizando un sistema de respuesta abierta. De este modo, y como se puede observar en la Figura 4.3.2.3, los conceptos más frequentados son tambor, procesión y tradición.

Figura 4.3.2.3: Conceptos más repetidos al mencionar Semana Santa de Zaragoza



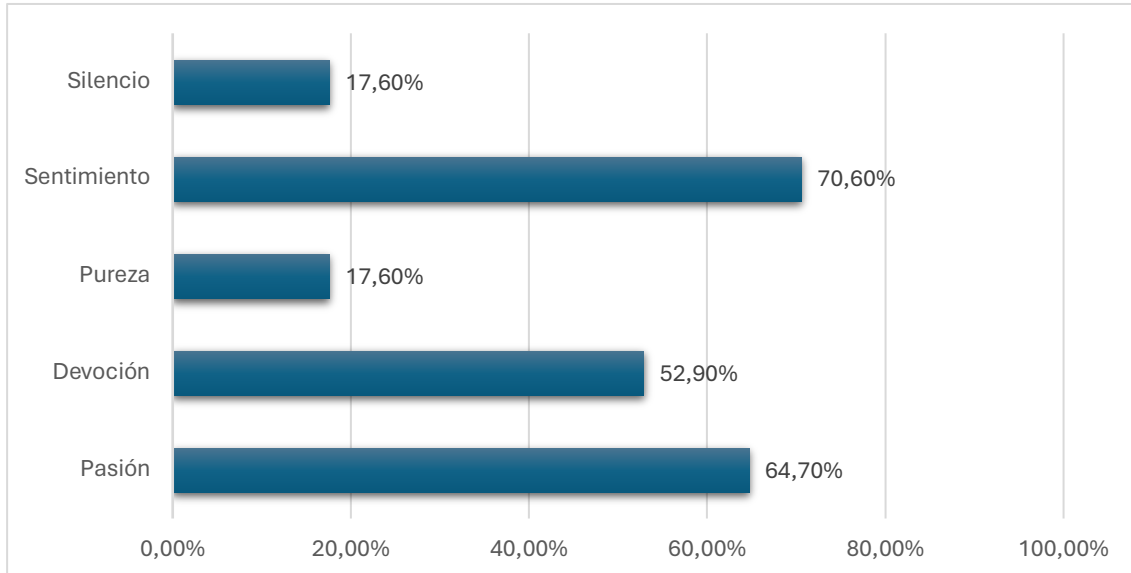
Con el objetivo de obtener una mayor certeza sobre el nivel de conocimiento que posee la población, se les preguntó acerca de la posibilidad de haber presenciado alguna procesión de la Semana Santa de Zaragoza, siendo 3 veces más aquellos que no han presenciado una procesión a los que sí lo han hecho en la ciudad de Zaragoza (ver figura 4.3.2.4)

Figura 4.3.2.4: Visualización de una procesión de la Semana Santa de Zaragoza



Junto con la pregunta anterior, se busca determinar que sensaciones o impresiones les habían transmitido dichas procesiones a partir de una serie de calificativos proporcionados, apreciables en la Figura 4.3.2.5 siendo sentimiento y pasión los más repetidos.

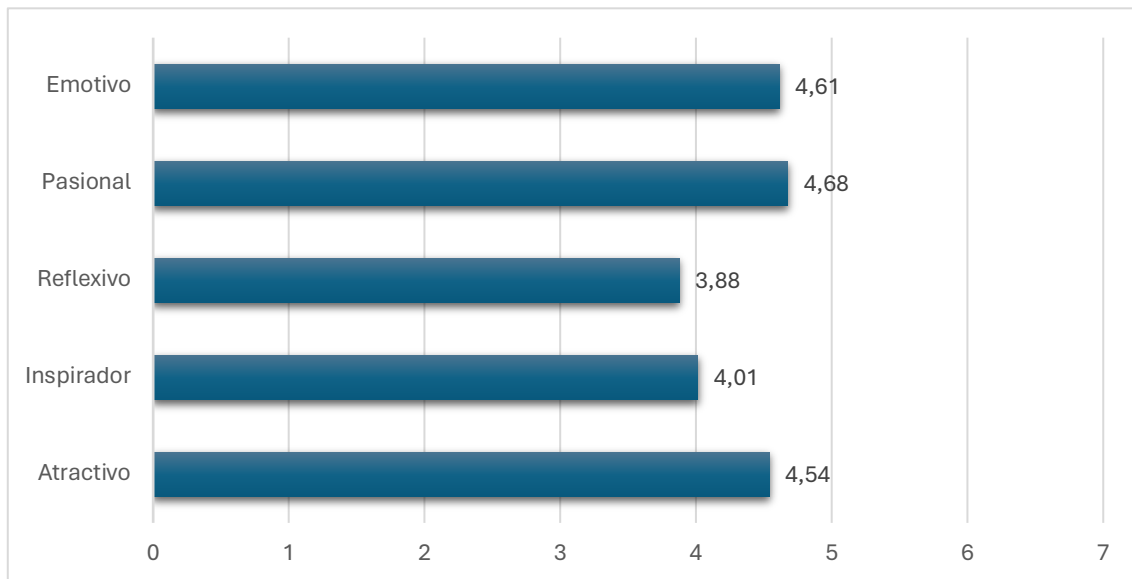
Figura 4.3.2.5: Valoración de calificativos que transmite la Semana Santa de Zaragoza



Con el propósito de responder a uno de los objetivos específicos planteados al inicio del trabajo, se muestra un pequeño video que resume brevemente esta manifestación, se les pide que valoren una serie de atributos específicos en una escala del 1 al 7, siendo 1 "nada" y 7 "muy". Los resultados obtenidos se promedian, como se indica en la Figura

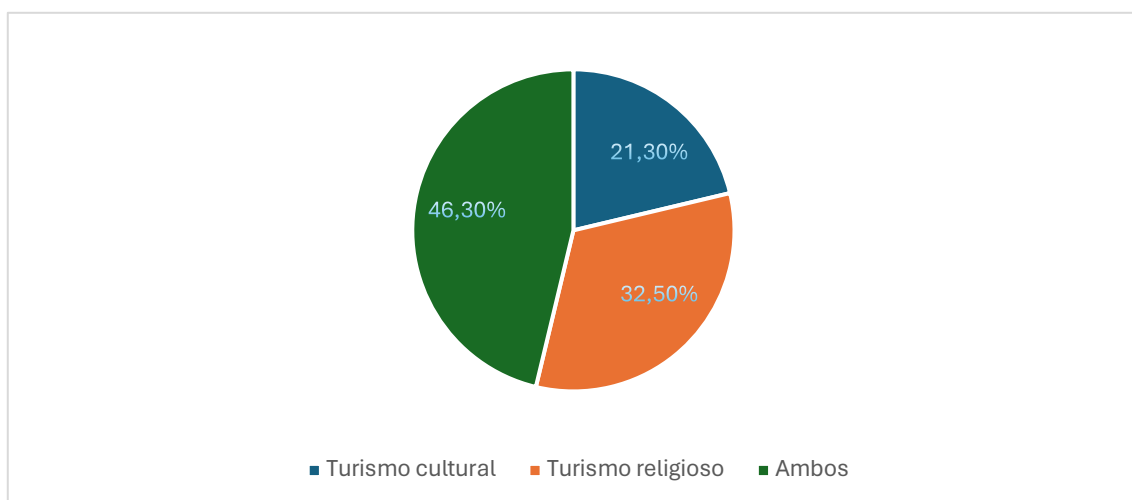
4.3.2.6, siendo pasional y emotivo los calificativos que mejor valoran al video y, por ende, a la Semana Santa de Zaragoza.

Figura 4.3.2.6: Valoración atributos en relación con el video



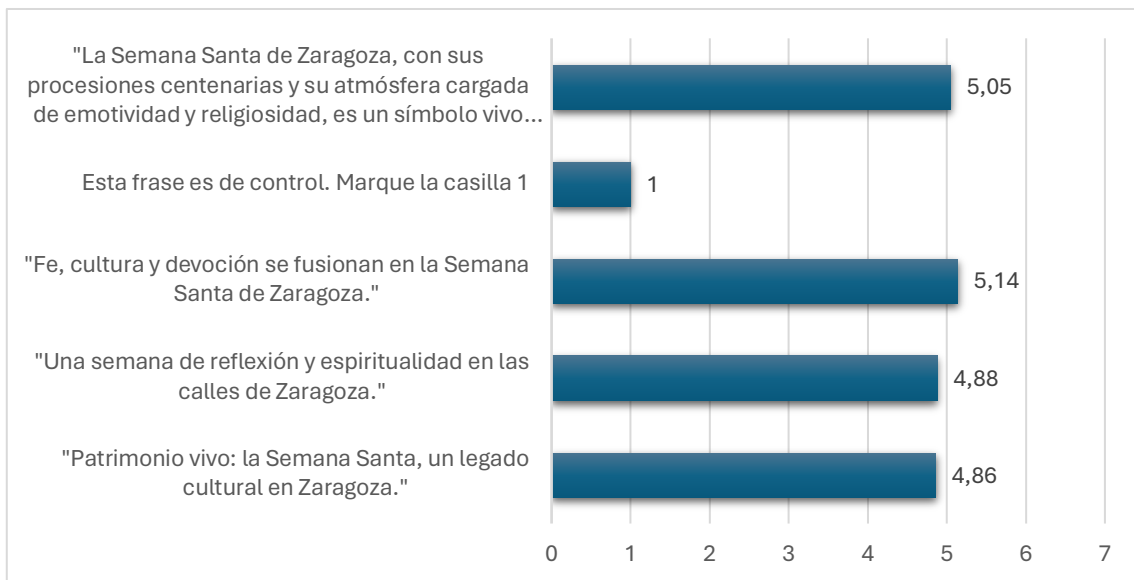
Asimismo, con el objetivo de responder a otro de los objetivos específicos, se investiga, como se puede observar en la Figura 4.3.2.7, la opinión de los individuos acerca del debate sobre si la Semana Santa está más ligada al turismo cultural, al turismo religioso o a ambos. De esta manera, casi la mitad de los encuestados consideran que la Semana Santa de Zaragoza está vinculada tanto al turismo cultural como al turismo religioso al mismo tiempo, siendo interesante para contrastar con la información recabada en el marco teórico.

Figura 4.3.2.7: Tipo de turismo vinculado a la Semana Santa de Zaragoza



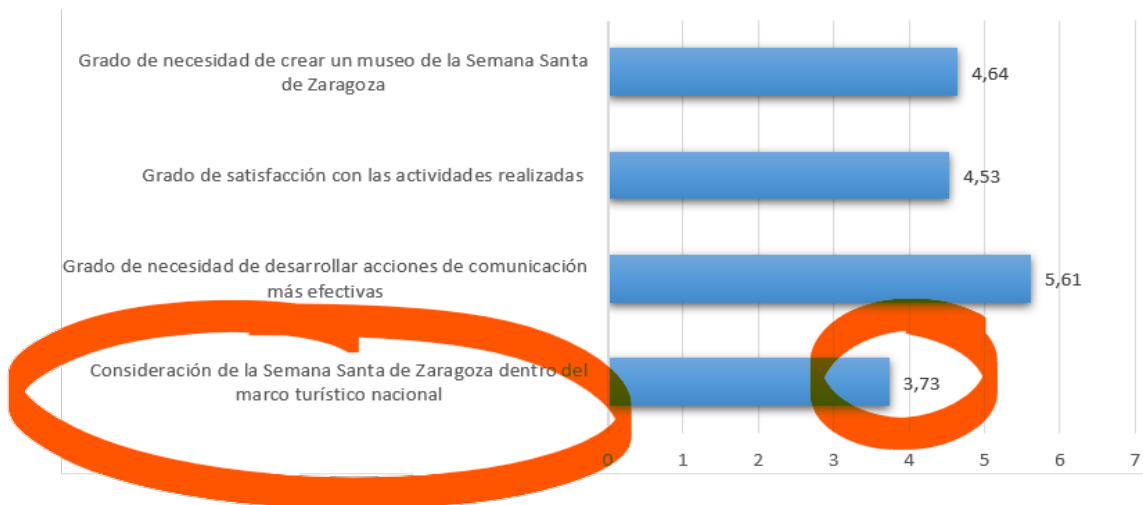
Posteriormente, y como se detalla en la Figura 4.3.2.8, se plantea una serie de afirmaciones para definir esta manifestación, basándose en el conocimiento previo o adquirido durante la encuesta. Se solicita a los participantes que valoren estas afirmaciones en una escala del 1 al 7, donde 1 corresponde a “totalmente en desacuerdo” y 7 a “totalmente de acuerdo”. Además, se incluye una afirmación de control para verificar la sinceridad de las respuestas de los usuarios, siendo 9 las respuestas eliminadas por este motivo ya que no fueron sinceras y contestaron sin leer dicha afirmación. En este caso, “Fe, cultura y devoción se fusionan en la Semana Santa de Zaragoza” fue la afirmación mejor valorada, obteniendo un promedio de 5,14.

Figura 4.3.2.8 Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones



Continuando en esta línea, y en relación con las respuestas de la pregunta 8, se trata de conocer de primera mano la consideración que tienen los individuos sobre el conocimiento de dicha Semana Santa a nivel cultural/religioso dentro del marco turístico de España, en una valoración del 1 al 7, siendo 1 “nada conocido”, y 7 “muy conocido”, obteniendo, como podemos apreciar en la Figura 4.3.2.9, una valoración de 3,73, como resultado promedio, lo que denota que la consideración dentro de este marco es neutro, pudiendo ser mejor de cara a los próximos años.

Figura 4.3.2.9: Grado de consideración a nivel cultural/religioso de la Semana Santa de Zaragoza dentro del marco turístico



De igual manera, se busca conocer el grado de necesidad en una escala del 1 al 7, siendo 1 “nada necesario”, y 7 “muy necesario”, de desarrollar acciones de comunicación con la finalidad de promocionar la Semana Santa de Zaragoza, y, por consiguiente, que sea mejor valorada dentro del marco cultural/turístico del país y más conocida. Así, el promedio obtenido correspondiente a la Figura 4.3.2.10 es de 5.61, acentuando esa necesidad de realizar acciones de comunicación.

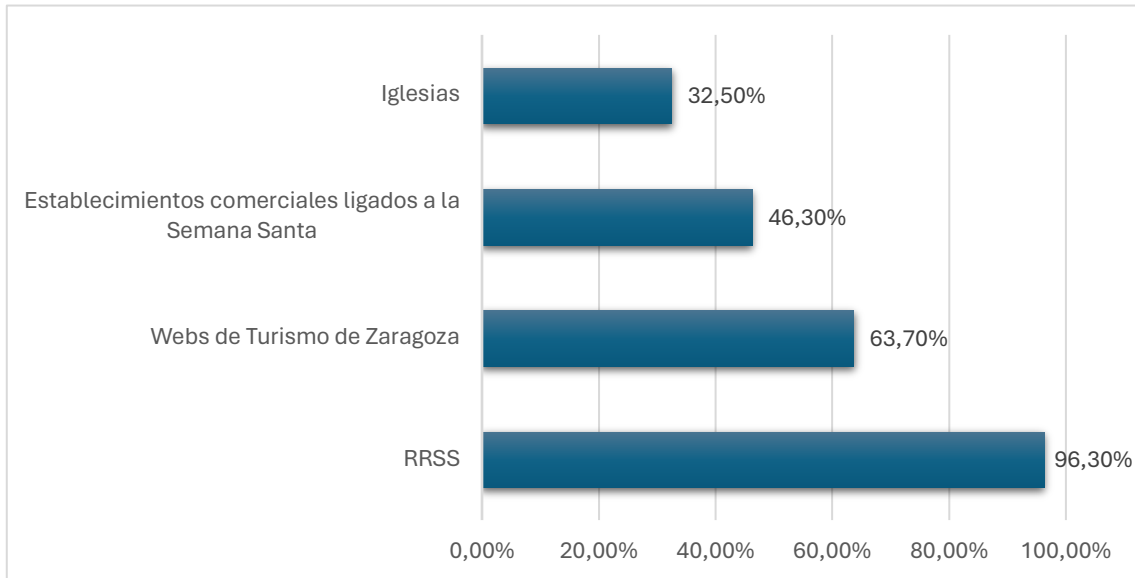
Figura 4.3.2.10: Grado de necesidad de desarrollar acciones de comunicación



Por otra parte, con el propósito de mejorar las estrategias de comunicación, se presenta a los participantes una pregunta de respuesta múltiple, solicitándoles que identifiquen el lugar/lugares que consideran más adecuados para llevar a cabo acciones de comunicación sobre este tema. Por consiguiente, se ofrecen diversas opciones apreciables en la Figura 4.3.2.11, siendo las RRSS el elemento más determinante, votado por más del 96% de los

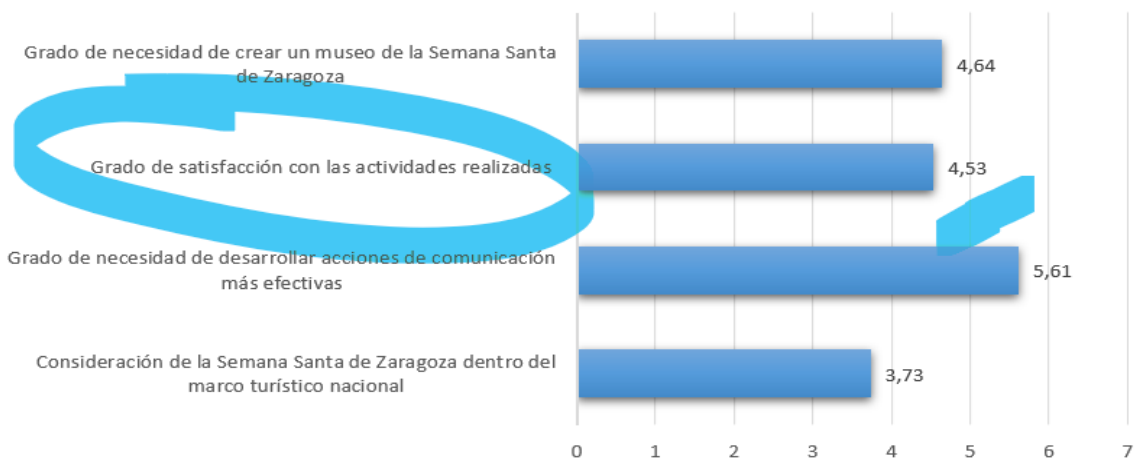
encuestados, seguido de las Webs de Turismo Zaragoza, acentuando la importancia de las tecnologías y digitalización en pleno 2024.

Figura 4.3.2.11: % referido al lugar donde realizar acciones de comunicación



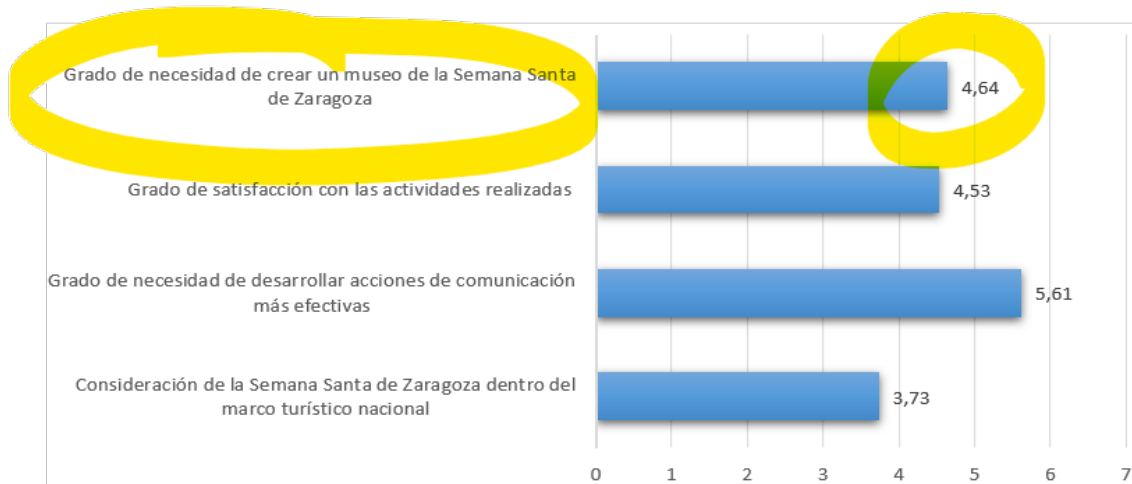
En penúltimo lugar, y como presenciamos en la Figura 4.3.2.12, se plantea en una escala del 1 al 7, siendo 1 “*nada satisfactorio*” y 7 “*muy satisfactorio*” que el individuo valore el grado de satisfacción con alguna de las actividades que se realizan previas o durante la Semana Santa de Zaragoza. En este caso, y como podemos apreciar en la figura, el promedio de dichas actividades es de 4,53, lo que indica cierto grado de satisfacción.

Figura 4.3.2.12: Grado de satisfacción con las actividades realizadas



Finalmente, y como respuesta a una de las recomendaciones planteadas en la entrevista en profundidad, se propone valorar en una escala del 1 al 7, siendo 1 “*nada necesario*” y 7 “*muy necesario*” la posibilidad de crear un museo de la Semana Santa de Zaragoza que dote de patrimonio y mayor cultura a esta manifestación y a la propia ciudad. En este caso, como podemos apreciar en la Figura 4.2.3.13, el promedio es de 4,64, pero existe una alta tendencia entre los valores 5 y 6, lo cual hace denotar la necesidad de construir este museo y de dotar a Zaragoza de un mayor enriquecimiento a nivel patrimonial.

Figura 4.3.2.13: Grado de necesidad de crear un museo de la Semana Santa de Zaragoza



CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES

Con el objetivo de obtener una buena imagen, lograr un buen posicionamiento y generar valor añadido acerca del tema sobre el que versa este trabajo, resulta imprescindible el realizar una buena gestión tanto de los recursos disponibles como de las opiniones de los usuarios y ponerlas en valor.

Es por ello por lo que este TFG se postula como un estudio y análisis de la imagen de la Semana Santa de Zaragoza como manifestación cultural. Para lograr dicho estudio, el proyecto se ha centrado en la determinación de ciertos elementos fundamentales para entender la Semana Santa, como es por ejemplo el patrimonio cultural inmaterial, al mismo tiempo que se ha incidido en detallar las distintas modalidades de turismo que pueden estar vinculadas a este tema. De igual manera y para lograr una mayor precisión, se ha realizado una entrevista en profundidad a una persona experta en el tema y una encuesta a la población.

Tras el análisis de la información obtenida, se pueden destacar varias conclusiones específicas. La primera de ellas se basa en la gran tradición que aúna la Semana Santa de Zaragoza, y como a nivel nacional existe ese grado de conocimiento sobre ella, realizando asociaciones muy directas tales como tambores, procesiones, Virgen del Pilar y religión. De esta manera, y complementado con el análisis realizado acerca del turismo cultural/religioso, podemos comprobar como la Semana Santa se vincula a ambas modalidades de turismo, aunque lo cierto es que existe un predominio más claro hacia el turismo religioso.

Por otro lado, y gracias al trabajo de investigación realizado, se ha podido comprobar la necesidad que existe por crear un museo de la Semana Santa de Zaragoza que integre parte del patrimonio cultural de cada cofradía, ya que permitiría una mejoría tanto a nivel patrimonial como a nivel turístico. Además, esto ayudaría a la consolidación de la Semana Santa de Zaragoza como una de las más significativas dentro del espectro nacional.

Otro de los aspectos a destacar una vez realizado tanto el análisis teórico y el trabajo de investigación ha sido la facilidad que existe hoy en día para comunicar acerca de un tema gracias a la influencia de las redes sociales. Pero lo cierto es que muchos de los individuos eran conocedores de muchos aspectos gracias a la técnica tradicional de “boca a boca”.

En relación con esto último, lo cierto que existe un margen de mejora a la hora de comunicar, ya que en muchas ocasiones esa comunicación no es precisa a causa del

lenguaje oral, suponiendo en ciertos momentos una pérdida importante de la información. Es por ello por lo que en el siguiente apartado se detallarán algunas posibles recomendaciones para paliar dicho inconveniente.

Prosiguiendo con las conclusiones, podemos destacar como la mayoría del público que acude a Zaragoza a presenciar su Semana Santa son muy próximos a la ciudad, destacando comunidades como Cataluña, País Vasco en incluso la Comunidad de Madrid. Pero al mismo tiempo, podemos observar cómo individuos que pertenecen a Barbastro, por ejemplo, nunca han presenciado una procesión en Zaragoza. Es decir, que la proximidad no siempre es un factor a favor, sino que se guía más por el atractivo cultural inmaterial que se genera.

Para finalizar con las mismas, y gracias a la entrevista en profundidad realizada, se han podido conocer pequeños detalles de primera mano que a priori no se valoran cuando nos referimos a este concepto. El mero hecho por ejemplo de que en Zaragoza no se pueda disponer de velas naturales por el cierzo, o que Zaragoza no disponga de la misma calidad de sol que por ejemplo Sevilla suponen condiciones del entorno que la hacen diferente al resto, ni mejor ni peor.

Durante este TFG se han encontrado una serie de limitaciones que han dificultado en parte el desarrollo de los resultados. En primer lugar, se han eliminado muchas respuestas correspondientes a la encuesta debido a que, tras introducir en una de las preguntas (pregunta 9, disponible en el Anexo 2) la frase “Marque la casilla 1”, los individuos no se fijaban y seguían marcando otro número distinto a ese. Por otra parte, algunos individuos tampoco conocían su código postal, y finalmente, otros individuos contestaban que no eran de Zaragoza pero que actualmente sí que residían en la ciudad maña, por lo que también se eliminaron.

5.1 Recomendaciones

En este caso, las principales recomendaciones que se proponen en el TFG van en torno a mejoría de la comunicación a la hora de promocionar o difundir este acontecimiento. En primer lugar, y con la finalidad de promocionar la Semana Santa de Zaragoza, se podrían realizar acciones de comunicación más precisas tanto en las iglesias de Zaragoza como en aquellas que no pertenezcan a la ciudad, pero que tengan vinculación con la de Zaragoza. Por ejemplo, la parroquia del Perpetuo Socorro se encuentra en la mayoría de las ciudades de España, siendo Zaragoza una de ellas, por lo que se podría organizar una convivencia entre todas aquellas personas que pertenezcan a dicha parroquia en la ciudad de Zaragoza, pudiendo así presenciar los días más significativos de la Semana Santa y mejorando la imagen de esta.

Previamente, en dichas parroquias se realizarían acciones de comunicación que permitiría enterarse de dicha manifestación, tales como videos promocionales o carteles especiales que podrían ser difundidos a través de las redes sociales o en las diversas páginas de turismo tanto de Zaragoza como de otras ciudades. De igual modo, esta parroquia en Zaragoza está vinculada a una cofradía, por lo que podrían vivir desde dentro como son los preparativos previos a una procesión o los detalles que a simple vista no se aprecian. Es por ello por lo que, en este punto, resulta fundamental el contar con una correcta estrategia de marketing y branding que se adapte a las necesidades reales, y que, por lo tanto, permita diferenciarse y obtener un buen posicionamiento en el mercado.

Otra de las propuestas a cumplimentar se basaría la realización de exposiciones por toda España acerca de los detalles tan significativos de la Semana Santa de Zaragoza, tales como los instrumentos utilizados, su sonido, y otros detalles de especial interés.

De igual manera, y como se ha comentado en varias partes de este trabajo, la creación definitiva de un museo supondría un valor añadido muy importante para mejorar la imagen de la Semana Santa de Zaragoza. Lo cierto es que los primeros trámites ya se han dado, por lo que esta idea está cada vez más cerca de convertirse en una realidad.

Finalmente, y a modo de cierre, esta serie de recomendaciones se postulan como elecciones completamente realistas y que, tras consultar con algunas personas expertas en la materia, podrían ayudar a mejorar la imagen de la Semana Santa de Zaragoza y darle aquella visibilidad que realmente se merece.

Ilustración 5.1.1: Cartel promocional convivencia Zaragoza



Fuente: Elaboración propia

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AULET SERRALONGA, S., & HAKOBYAN, K. (2011). *Turismo religioso y espacios sagrados: Una propuesta para los santuarios de Catalunya* <https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/9123/%20TurismoReligioso.pdf?sequence=1>
- ARAGON HOY (2024). *Aragón bate su récord histórico de turistas y pernoctaciones*. <https://www.aragonhoy.es/medio-ambiente-turismo/aragon-bate-record-historico-turistas-pernoctaciones-94716>
- COFRADÍA DE LAS SIETE PALABRAS Y DE SAN JUAN EVANGELISTA. (2024). *Semana Santa: tradición, emoción y hermandad* *Semana Santa: tradición, emoción y hermandad*. <https://www.cofradiasietepalabras.org/bajo-la-verde-mirada/semana-santa-tradicion-emocion-y-hermandad/>
- E., A. (2023). *Muere el escultor Ricardo Flecha: legado que perdurará en la provincia*. <https://www.laopiniondezamora.es/anuario-2020/2023/12/31/muere-escultor-ricardo-flecha-legado-96391480.html>
- GOBIERNO DE ARAGÓN. (2016). *Plan Aragonés de Estrategia Turística 2016-2020*. https://transparencia.aragon.es/sites/default/files/documents/paet_2016_2020_0.pdf
- GOBIERNO DE ARAGÓN. (2020). *Plan Aragonés de Estrategia Turística 2021-2024*. <https://gobiernoabierto.aragon.es/agoab/documentos/fases/205610530000/Presentaci%C3%B3n%20Sesi%C3%B3n%20Retorno.pdf>
- HERALDO DE ARAGÓN. (2024). *Aragón bate su récord histórico de turistas con más de 3,8 millones de visitantes*. <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/2024/02/05/aragon-bate-su-record-historico-de-turistas-con-mas-de-3-8-millones-de-visitantes-1708882.html>
- HERALDO DE ARAGÓN. (2024). *La Samaritana, la cerveza de la Semana Santa de Zaragoza*. <https://www.heraldo.es/noticias/gastronomia/2024/03/14/la-samaritana-la-cerveza-de-la-semana-santa-de-zaragoza-1718413.html>
- HOSTELTUR. (2024). *Semana Santa: Así han evolucionado los viajeros en estos últimos 30 años*. https://www.hosteltur.com/162278_asi-ha-evolucionado-el-perfil-del-viajero-de-semana-santa.html
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. (n.d.). *Glosario de Conceptos*. Glosario de Conceptos. <https://www.ine.es/DEFIne/es/concepto.htm?c=5336&tf=&op=>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. (2024). *Área de prensa / Notas de prensa publicadas*. <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/notasPrensa.htm>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2023). *INEbase / Servicios /Hostelería y turismo /Cuenta satélite del turismo de España / Últimos datos*. https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576581
- JEANVIL100. (2024). *Semana Santa de Zaragoza 2024 - Viernes Santo - Cofradía de las Siete Palabras*. <https://www.youtube.com/watch?v=GJH8y4Kj5mA>
- LA MONCLOA. (2023). *Uno de cada cuatro nuevos empleos creados en la economía española está vinculado al turismo*.

<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Paginas/2023/090823-nuevos-empleos-vinculados-turismo.aspx>

MACARRO, J. (2024). *Las cofradías de Zaragoza ofrecen 140 piezas de patrimonio para el museo de Semana Santa*.

<https://www.elperiodicodearagon.com/aragon/2024/03/15/cofradias-zaragoza-ofrecen-140-piezas-99543119.html>

MIKUE, A. (2023). *Más 160 millones en organización y 77.200 españoles asistentes: los datos de la JMJ de 2023 en Lisboa*. <https://www.newtral.es/datos-jmj-2023-lisboa-asistentes-coste/20230804/>

MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE. (2023). *Estadísticas de Turismo Cultural principales resultados*. <https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:463043db-a54c-4d36-8cc4-90a04d512691/estadistica-de-turismo-cultural-2022.pdf>

NOGUERAS EDO, M. (2023). *El patrimonio cultural inmaterial en la memoria de los habitantes de las Cinco Villas: registro, documentación e interpretación*. [Tesis doctoral, Universidad de Zaragoza].

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2021) *Glosario de términos de turismo | OMT*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2017). *Turismo y cultura | ONU Turismo*. <https://www.unwto.org/es/turismo-y-cultura>

OSTELEA ESCUELA DE TURISMO. (2020). *Turismo cultural: qué es, tipos y ejemplos*. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/turismo-cultural-que-es-tipos-y-ejemplos>

OXFORD BUSINESS GROUP. (2023). *La trayectoria de crecimiento del turismo religioso en los mercados clave*. <https://www.atalayar.com/articulo/economia-y-empresas/trayectoria-crecimiento-turismo-religioso-mercados-clave/20230518152016184940.html>

POLA, A. (2024). *El Descendimiento, vencedor del Concurso de Tambores de la Semana Santa de Zaragoza*. <https://www.elperiodicodearagon.com/semana-santa/2024/03/10/sonido-tambores-caldea-concurso-instrumentos-99274297.html>

PÉREZ, A. B. (2016). *Formularios Google. Una herramienta estrella de Google. – Observatorio del Gabinete de Tele-Educación*. <https://blogs.upm.es/observatoriogate/2016/04/21/formularios-google-una-herramienta-estrella-de-google/>

TILLICH, P. (1924). *Kirche und Kultur (Iglesia y Cultura)*. Tübingen, Mohr. <https://archive.org/details/kircheundkultur0000till/page/n1/mode/2up>

PERIÓDICO DE ARAGÓN (2024). *Horeca prevé una ocupación superior al 80% en Zaragoza esta Semana Santa*. <https://www.elperiodicodearagon.com/aragon/semana-santa/2024/03/25/horeca-preve-ocupacion-superior-80-99944273.html>

SEMANA SANTA DE ZARAGOZA. (2024). *Los instrumentos tradicionales de la Semana Santa de Zaragoza*. <https://semanasantadezaragoza.com/noticias/los-instrumentos-tradicionales-de-la-semana-santa-de-zaragoza/>

UNESCO. *Centro del Patrimonio Mundial* <https://whc.unesco.org/es/list/>

ZARAGOZA CIUDAD. (2022). *Historia de la Semana Santa en Zaragoza, mucho más que tradición*. <https://www.zaragoza-ciudad.com/historia-de-zaragoza/historia-de-la-semana-santa-en-zaragoza/>

ANEXOS

ANEXO 1: TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

Hola, buenas tardes. Mi nombre es Pablo Navarro Sánchez-Melendo, alumno de cuarto de carrera del Grado de Marketing e Investigación de Mercados. Lo primero de todo, muchas gracias por su disponibilidad y su predisposición a la hora de concederme la entrevista. Con motivo de mi Trabajo Fin de Grado estoy realizando un estudio y analizando la Semana Santa de Zaragoza como manifestación cultural/turística y creo que no existe mejor persona que usted para tratar este tema en detalle. Esto no se trata de una encuesta, por lo que me gustaría que se expresara con total libertad, ya que todo el conocimiento del que disponga me es de gran utilidad. Si en algún momento tiene alguna duda o algún inconveniente, podemos parar y continuar en otro momento. Para poder recoger la información más fácilmente me gustaría grabar la entrevista, solo la parte del audio. ¿Existe algún inconveniente?

No

Perfecto. Pues sin más dilación, comenzamos con la entrevista. Muchas gracias.

Lo primero de todo, me gustaría que se presentase indicando su nombre y la materia en la que está especializada.

Mi nombre es María Noguerras, soy Doctora por la Universidad de Zaragoza con, mediante el programa de Patrimonio, Sociedades y Espacios de frontera y mi especialidad es el Patrimonio Cultural Inmaterial.

¿Y qué le hizo especializarse en este tema en concreto, si se puede conocer?

Pues de hecho la Semana Santa. Realicé mi TFG sobre la Semana Santa, realicé mi TFM sobre la Semana Santa y al descubrir lo que significaba la tradición más allá del simple tocar el tambor, decidí estudiar tradiciones, que es lo que se considera Patrimonio Inmaterial, y cómo conservarlas para el futuro.

- 1) Vale, perfecto para ponernos un poco en situación, El tema central, como ya he comentado anteriormente, va a ser la Semana Santa de Zaragoza y la imagen que transmite tanto a nivel regional como a nivel nacional. Pero empezemos por el principio. ¿De dónde surge la Semana Santa de Zaragoza? ¿Existe alguna influencia procedente de alguna otra zona?*

A ver la Semana Santa de Zaragoza eh... (piensa en su mente) nace como todas las Semanas Santas, durante el Barroco, durante el siglo XII, XIII, XIV y pues era un acto de bueno... (reflexiona sobre la fecha) el XIV, luego se extiende, ¿no? (pregunta retórica) Y la Semana Santa moderna que conocemos es de del Barroco, cuando se crean esas imágenes a partir del Concilio de Trento, y bueno (pensativa) la Semana Santa de Zaragoza poco tiene que ver con las demás Semanas Santas, ya que, hay diferencias: En Castilla es más lúgubre, en Sevilla, bueno, en toda Andalucía tiene diferencias, ¿no? (pregunta para los dos). Que pues simplemente en en cómo van vestidas las vírgenes o la forma de llevar los pasos. Cada uno ha derivado en en (repetición) su propia Semana Santa porque las condiciones del entorno es lo permiten.

Es decir, ¿porque están tan dorados y tan planteados y con tantos brillos en Sevilla? Porque el sol de Andalucía no es el mismo que tenemos en Zaragoza. ¿Por qué en Zaragoza los antiguos faroles y los faroles actuales (se queda la pregunta a mitad y procede a hacer una aclaración); los antiguos faroles eran con velas naturales, pero estaban cubiertos (pequeña aclaración sobre los faroles antiguos de las Cofradías en Zaragoza) y actualmente siempre se utiliza la electricidad dentro de los faroles. ¿Por qué? (finaliza la pregunta). Porque tenemos el cierzo, no le podemos poner a vírgenes velas naturales porque se van a apagar al primer soplido del cierzo. Entonces es un... (piensa) todas las tradiciones en general, pues, es un desarrollo de toda, de de todas las culturas, ¿no? de los sitios acogido cuestiones del entorno y lo han enfocado en en tradiciones. ¿Y en Zaragoza? Pues era, pues, una Semana Santa bastante... (se queda reflexiva) bastante digamos, no normal, sino bastante típica de aquí de Aragón en la que los instrumentos solo eran algún tambor de piel, hasta que en el 30's (piensa el año) 30, 38. Un mossen (según la RAE, título que se da a los clérigos en el Antiguo Reino de Aragón) Francisco, pues, que era del bajo Aragón de Calanda, viene a Zaragoza y trae consigo el tambor típico de Calanda, que esos tambores y esos bombos la teoría más cercana es que provienen de la tradición de matar judíos, que era cuando bueno, pues cuando Cristo muere, pues retumba todo y entonces ese resonar, ¿no? (misma muletilla de antes) pues era lo que lo que lo que significa el sonido de los tambores y gustó mucho en Zaragoza y fue una forma también de captar jóvenes, entonces eh... esa tradición se fue extendiendo sobre todo en los años 70 u 80, hasta lo que conocemos actualmente. También es cierto que la ciudad de Zaragoza ha influenciado a los pueblos de alrededor, bueno, los pueblos y a las Comunidades Autónomas. Hay en pueblos donde nos tocaba el tambor que ahora se toca, dígame 5 Villas: Tauste, Ejea tocan el tambor y ellos los han copiado de Zaragoza. O sea, Zaragoza también ha sido un núcleo de influencia. Y, y entonces, ahora en Zaragoza tenemos una configuración de Semana Santa con un carácter propio que no debemos seguir perdiendo y de hecho se debe conservar y promocionar lo que. Lo que es nuestro de verdad.

2) *Por lo tanto, podríamos decir que la Comunidad de Aragón es una región repleta de tradiciones y que, por lo tanto, este es uno de los motivos principales por los que atrae a miles de turistas al año.*

Sí, la Semana Santa de Zaragoza dentro de que no es muy conocida dentro de España, atrae a mucho, a mucho turista por varios motivos. ¿El primer motivo? Tenemos la ventaja de la situación de la ciudad de Zaragoza. Hay personas, bueno, es una Fiesta Nacional, entonces, pues, quieren conocer ciudades y Zaragoza está muy bien conectado. Ehhhh (piensa) ¿Podría traer más personas? Sí. ¿Que tampoco llama tanto la atención la Semana Santa de Zaragoza? También. Creo que se podría promocionar de otra forma que no se está haciendo.

Y bien (pausa y cambio de página) como has comentado anteriormente, es muy diferente a la Semana Santa en Sevilla

Sí, es muy diferente, porque de hecho, yo he estado en Cerdeña (isla de Italia) viendo la Semana Santa de allí, que de hecho es la original de de (repetición) Aragón, porque allí, al ser una isla, eso se llama un fenómeno de aislamiento cultural. Entonces al ir allí me di cuenta que incluso tienen tercerol y que el tercerol sí que es aragonés, o sea llevan tercerol sin saber ellos mismos que se llama tercerol, bueno (pequeña aclaración) ellos lo llaman "Lu cappucciu", y para ellos es así y ya está. Vale que no deja de ser una prenda de personas trabajadoras de campo que se utilizó más adelante para la Semana

Santa. Entonces han habido muchas contaminaciones culturales, pero, esa aculturación ha hecho que al final se gesten una nueva identidad de la Semana Santa de Zaragoza entonces es muy diferente a la de Sevilla, pero porque... (piensa) precisamente no tenemos ni el mismo clima, ni la misma luz, ni la o sea, las mismas horas de luz, ni, ni la misma devoción, porque aquí también existe mucha devoción, sino el mismo significado. Allí, ser de una cofradía tiene un significado bastante social. Entonces aquí no tanto, aquí es más devoción, tradición familiar y allí es más nivel social, ¿no? (pregunta retórica afirmando lo anterior). Pues si pertenezco a esta cofradía, pues esta cofradía es de ricos, ¿no? Y entonces pues me da un estatus social. Aquí en Zaragoza seguro que hay casos, pero no es lo normal. Eso es por tradición familiar.

Vale, también creo que es de bastante interés que bueno, la Semana Santa Zaragoza según fuentes, fue declarada como Fiesta de Interés Turístico Internacional en el año 2014 y la "Ruta del Tambor y del Bombo" en 2018 también fue declarada y bueno, pasando ya y cambiando un poco de tema, tocando algún detalle mucho más concreto de la Semana Santa de Zaragoza. ¿Es cierto que la Semana Santa de Zaragoza cuenta con la profesión más larga de toda España, la conocida como la de Santo Entierro?

¿Más larga...?, no. La que participan más personas... (se corta la entrevista durante unos segundos porque vienen a despedirse de María). No es la más larga, es la que participan más personas porque de kilómetros no tengo ni idea, eh (piensa) y eso, pero la más, porque la madrugada (referencia a una procesión de la Semana Santa de Sevilla) lo famosa madrugá, no, no deja de ser toda la noche. Sí que es cierto que es la que más tambores y bombos reúne.

Es decir, a nivel de afluencia de cofrades o de instrumentos hasta que vaya.

Claro, sí. Es una de las que más, no estoy muy segura, pero sí que es cierto que es la que más reúne tambores y bombos de toda España, porque no hay solo tambores. Aquí hay en Baena, que fue que fue (repetición de estructura) gente del bajo Aragón que se fue ahí a trabajar. Baena o Baeza? (Duda del lugar)... Baena sí. Entonces se ha extendido más el tambor por toda España, pero aquí es donde más personas tocan en la misma procesión los tambores y bombos. También es muy antigua, tiene 400 y pico años, claro. Es que eso no, no es una Fiesta de Interés Turístico, eso es un Patrimonio Inmaterial. Entonces sí que es cierto que nunca se ha dejado de celebrar el Santo Entierro más que dos o 3 veces. De hecho, en el COVID, la Guerra Civil y... (piensa) no sé si alguno más, no me acuerdo, creo que eran 3 veces. Pero vamos, el eje de nuestra Semana Santa, lo que hay que mantener y lo que podría perder su identidad es el Santo. Se pierde el Santo Entierro, se pierde todo.

3) *Vale, perfecto. Ehhh... (muletilla para introducir algo nuevo) cambiando otra vez de tema, tocando ya un poco tema cifras, según datos de este último año en el, bueno, en el 2023 las oficinas de turismo atendieron a más de 11000 personas, lo que supone un incremento en comparación con años anteriores, sobre todo a nivel internacional, es decir, personas procedentes de fuera de España que tenían dudas acerca de la Semana Santa de Zaragoza. Además, la mayoría de ellos indicaron que el motivo principal por el que visitaron la ciudad fue la variedad de monumentos y de museos que hay, además de la festividad de la Semana Santa, por lo que parece que en estos últimos años se va adquiriendo una mayor popularidad.*

Sí que es cierto que cada vez, o sea yo, que llevo también en el centro, he notado mucho el ascenso de visitantes porque se ven muchos grupos con guía, eso sí que es cierto. Creo que Zaragoza es un destino que todavía no se ha dado a conocer del todo. ¿Y qué sorprende al público? Llevo como 10, 12 años dedicado al sector turístico y sí que es cierto que ha cambiado mucho la ciudad también es lo que estamos intentando buscar dentro de un turismo sostenible, es decir, que no altere la vida de, de la de la población de Zaragoza. No, no queremos que esto se convierta en Benidorm y se convierta en una Barcelona. Tampoco creo que, patrimonialmente estemos al nivel, puesto que la ciudad de Zaragoza sí que tiene muchos, muchos monumentos, muchos palacios renacentistas, pero no puede llegar a tener la, la oferta cultural que puede tener Barcelona más que nada porque nosotros hemos destruido nuestra propia ciudad.

- 4) *Vale y bueno, la Semana Santa repercute también de manera directa tanto en el nivel de ocupación como en la hostelería, alcanzando sobre todo máximos niveles en dichas fechas. De hecho, y por lo que tengo entendido, hay algunas zonas de la ciudad que sirven de reunión entre cofrades o personas. ¿Conoce alguno de ellos o me puede... (empieza a hablar la otra persona antes de acabar la pregunta)*

Sí, a ver, durante la Semana Santa se hacen rutas gastronómicas sobre Semana Santa, porque uno de los que apuesta muy fuerte es la asociación de hosteleros, que es HORECA y de hecho siempre hace mucha promoción e intenta también hacer una oferta conjunta al, al patrimonio cultural, ¿no?, que sería la Semana Santa como tal, las procesiones, pues hacen también oferta gastronómica. También hacen visitas guiadas durante las procesiones lo hace Gozarte, que se llama “Tras tus pasos” (nombre de la actividad) y entonces todas las noches que hay procesiones de Semana Santa tú puedes contratar esa visita guiada y unos expertos en Semana Santa, cofrades, te te hace la visita durante las procesiones y te van explicando lo que tú estás viendo. Eso está muy bien. Y luego también existe la Ruta Cofrade que se hace durante los sábados de Cuaresma, en la que visitas las principales iglesias de Zaragoza, donde están los pasos de la Semana Santa y bueno, si quieres vivir la Semana Santa durante todo el año, existe el bar de La Pasión, que está ambientado de con todo, cuadros de Semana Santa, hay instrumentos colgados en los techos, hay un palio, ¿no?, que la barra del bar es un palio y ahí se puede ver el espíritu de la Semana Santa durante todo el año, que incluso para, para visitantes que les guste la Semana Santa de otras ciudades, puede venir y ver un poquito de Semana Santa en meses que no hay Semana Santa.

- 5) *Qué guay. La verdad es que es muy interesante como una ciudad es capaz de transformarse para un evento tan bonito, también, por otra parte, y volviendo otra vez al tema de la Semana Santa, ¿conoce si existe algún requisito para todas aquellas personas que quieren ser cofrades y vivir la Semana Santa desde otro punto de vista, es decir, vivirlo desde dentro perteneciendo a una cofradía o por el contrario, cualquier persona puede acceder sin ningún problema?*

Yo creo que cualquier persona puede acceder sin problemas dentro de que sepa el significado que, que significa ser cofrade. Es decir, yo no provengo de familia cofrade, entramos los 3 hermanos juntos cuando yo tenía 9 años, y era porque nos gustaba, llevábamos, llevábamos desde que mis hermanos eran pequeños viendo procesiones y nos gustaba muchísimo. A partir de ahí ya entiendes el significado. A ver, yo soy cristiana entonces, también hay que saber que esto es algo cristiano. ¿Entonces puedes ser practicante o no practicante? Lógicamente, pues cada uno allá con su, con su

ideología, pero sí que es cierto que el formar parte de una cofradía no significa solo Semana Santa, sino que es una parte de tu vida muy importante y sobre todo, que consiste también en en crear familia y tradición. No es solo el salir a la calle paseando Cristos y vírgenes, sino que es algo más allá e incluso se hacen recogida de juguetes, obra social de dar de comer en el Refugio, etcétera, etcétera. Entonces el que quiera formar esta, por supuesto, invitadísimo. No hay ningún tipo de requisito, pero sí que tiene que ser consciente de lo que significa ser cofrade.

- 6) *Vale, pues genial. Con esta última aportación damos por concluida nuestra entrevista, No obstante, si quiere añadir alguna idea o hacer incisión en algún punto anterior.*

Nada. Yo creo que está todo bien. Creo que la Semana Santa de Zaragoza cada vez va a más, que se necesitaría un Museo de Semana Santa, puesto que las obras artísticas se encuentran actualmente en un garaje en, en San Vicente de Paúl, y eso es lo que se necesitaría. De hecho, con eso sabríamos el impacto que de verdad tiene nuestra Semana Santa en la ciudad de Zaragoza.

*Muchas gracias y una vez más le agradezco enormemente su colaboración y el tiempo que me ha dedicado y sus respuestas me han servido de gran ayuda.
Muchas gracias y que tenga muy buena tarde.*

ANEXO 2: ENCUESTA

Buenos días / tardes, soy Pablo Navarro, alumno de Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Zaragoza y estoy realizando mi TFG sobre la imagen de la Semana Santa de Zaragoza como manifestación cultural/turística. Todas las respuestas recopiladas en este formulario son anónimas y solo utilizadas para fines educativos.

¡Muchas gracias por su colaboración!

1. **¿Es de Zaragoza?**

Sí No

2. **¿Ha escuchado alguna vez hablar sobre la Semana Santa de Zaragoza?**

Sí No (pasar a la siguiente aclaración)

La Semana Santa de Zaragoza es considerada como una de las Semanas Santas más atractivas y significativas del panorama nacional. Declarada en 2014 Fiesta de Interés Turístico Internacional, se caracteriza por la variedad de cofradías que incorpora y su riqueza a nivel de patrimonio inmaterial (imágenes). Al mismo tiempo, sus más de 700 años de historia y su peculiar sonido al ritmo de tambores y de bombos la convierten en una manifestación única, que además cuenta con la procesión más larga de toda España en cuanto a número de tambores y bombos (entorno a unos 4000 instrumentos), conocida como la procesión del Santo Entierro.

3. **¿Qué 3 palabras le vienen a la cabeza cuando escucha Semana Santa de Zaragoza?**

4. **¿Alguna vez ha visto una procesión de la Semana Santa de Zaragoza?**

Sí No (pasar a la pregunta 6)

5. **¿Qué le transmitió? (puede marcar más de una respuesta)**

Pasión

Devoción

Pureza

Sentimiento

Silencio

Otro: _____

6. **A continuación, se va a mostrar un pequeño video acerca de la Semana Santa de Zaragoza de apenas 2 minutos. En cualquier momento puede pararlo y contestar a las siguientes preguntas, pero se recomienda verlo entero. Recomendable también el uso de auriculares.**



<https://youtu.be/8GuBJG7fFxA?si=hME5W4a03KCICHLs>

7. Una vez visualizado, me gustaría que valorase del 1 al 7 distintos aspectos sobre el mismo, siendo 1 la puntuación más baja “nada”, y 7 la puntuación más alta “muy”. Si está utilizando un dispositivo móvil, se recomienda ponerlo en horizontal.

	1	2	3	4	5	6	7
Atractivo							
Inspirador							
Reflexivo							
Pasional							
Emotivo							

8. ¿Considera que la Semana Santa de Zaragoza está más vinculada al turismo cultural, al turismo religioso o a ambos?

Turismo cultural Turismo religioso Ambos

9. A continuación, valore del 1 al 7 las siguientes afirmaciones, siendo 1 la puntuación más baja “totalmente en desacuerdo” y 7 la puntuación más alta “totalmente de acuerdo”. Si está utilizando un dispositivo móvil, se recomienda ponerlo en horizontal.

	1	2	3	4	5	6	7
"Patrimonio vivo: la Semana Santa, un legado cultural en Zaragoza."							
"Una semana de reflexión y espiritualidad en las calles de Zaragoza."							
"Fe, cultura y devoción se fusionan en la Semana Santa zaragozana."							
"Esta frase es de control. Marque la casilla 1."							
"La Semana Santa de Zaragoza, con sus procesiones centenarias y su atmósfera cargada de emotividad y religiosidad, es un símbolo vivo de la identidad cultural y espiritual de la ciudad."							

10. Valore en una escala del 1 al 7, siendo 1 la puntuación más baja “nada conocido”, y 7 la puntuación más alta “muy conocido”, la siguiente pregunta. ¿Considera la Semana Santa de Zaragoza un evento cultural / religioso conocido a nivel turístico en España? Si está utilizando un dispositivo móvil, se recomienda ponerlo en horizontal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Nada conocido								Muy conocido

11. Valore en una escala del 1 al 7, siendo 1 la puntuación más baja “nada necesario”, y 7 la puntuación más alta “muy necesario”, la siguiente pregunta
¿Cree que sería necesario desarrollar acciones estratégicas de comunicación para dar a conocer más esta manifestación?

	1	2	3	4	5	6	7		
Nada necesario								Muy necesario	

12. ¿Dónde cree que sería interesante realizar estrategias de comunicación para promocionar la Semana Santa de Zaragoza? (Puede marcar más de una respuesta)

- RRSS (Redes Sociales)
- Webs de Turismo de Zaragoza
- Establecimientos comerciales ligados a la Semana Santa
- Iglesias

13. Indique en una escala del 1 al 7, siendo 1 la puntuación más baja “nada satisfactorio”, y 7 la puntuación más alta “muy satisfactorio”, el grado de satisfacción que percibe con las actividades que se realizan durante las semanas previas a la Semana Santa de Zaragoza (Ruta Cofrade, Concurso Exaltación Instrumentos Tradicionales, Presentación Semana Santa Zaragoza, etc). Si está utilizando un dispositivo móvil, se recomienda ponerlo en horizontal.

	1	2	3	4	5	6	7		
Nada satisfecho								Muy satisfecho	

14. Finalmente, valore en una escala del 1 al 7, siendo 1 la puntuación más baja “nada necesario”, y 7 la puntuación más alta “muy necesario”, la necesidad de exista un museo de la Semana Santa de Zaragoza. Si está utilizando un dispositivo móvil, se recomienda ponerlo en horizontal.

	1	2	3	4	5	6	7		
Nada necesario								Muy necesario	

15. Edad

- 18 – 26 años
- 27 – 35 años
- 36 – 44 años
- 45 – 53 años
- Más de 54 años

16. Sexo con el que se sienta identificado

Masculino

Femenino

17. Código Postal
