

#ALCAZABAONLINE: ANÁLISIS DE LA DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO DE ALMERÍA DESDE LA ARQUEOLOGÍA PÚBLICA

#ALCAZABAONLINE: AN ANALYSIS OF THE DIFFUSION OF THE ALMERÍA'S HERITAGE FROM PUBLIC ARCHAEOLOGY

Marina del Mar MARTÍNEZ ROMÁN*

Resumen

Esta investigación surge de la curiosidad acerca de los cambios en la difusión del Patrimonio Arqueológico en el contexto del COVID-19, eligiendo el Conjunto Monumental de la Alcazaba de Almería como sujeto de estudio. Mediante una metodología híbrida entre la antropología y la arqueología pública, buscamos obtener unos resultados holísticos con la ayuda de cuatro herramientas: un análisis web; una encuesta anónima; análisis minucioso de las publicaciones en las principales redes sociales del conjunto; y dos tipos de entrevistas. Nuestro objetivo es entender los procesos de difusión y las modificaciones que han surgido a raíz de la situación de emergencia sanitaria.

Palabras clave

Difusión, Arqueología Pública, Redes Sociales, Alcazaba, Almería.

Abstract

This research emerges from curiosity about the Archaeological Heritage diffusion changes in the context of the COVID-19 pandemic, choosing the Conjunto Monumental de la Alcazaba de Almería as a subject of study. Through a hybrid methodology between anthropology and public archaeology, we seek to obtain holistic results with the help of four tools: a web analysis; an anonymous survey; a meticulous analysis of the publications on their main social media accounts; and two types of interviews. We aimed to understand the diffusion processes and the changes that happened due to the health emergency.

Key Words

Diffusion, Public Archeology, Social Medial, Alcazaba, Almería.

INTRODUCCIÓN

La siguiente investigación titulada #AlcazabaOnLine: Análisis de la Difusión del Patrimonio de Almería desde la Arqueología Pública tiene como objetivo el análisis de los contenidos arqueológicos que se divulgan por parte de los canales online oficiales del Conjunto Monumental de la Alcazaba de Almería. Con este estudio se pretende comprender los conceptos que se transmiten tanto por redes sociales como por otras vías digitales. Se busca comprender la información que recibe el público digital, su tipología, alcance, temática y asimilación.

De esta forma se pretende dar respuesta a las nuevas necesidades que surgieron a raíz de la situación de emergencia sanitaria producida por la COVID-19. En un momento de confinamiento y distanciamiento social, la única forma de sociabilización e interacción se llevaba a cabo de forma online. Esto fue un gran paso en el camino de la digitalización para muchas personas e instituciones, fue un cambio abismal en su forma de vivir. En concreto, los organismos culturales se vieron, en muchos casos, desbordados por tener que modificar toda su metodología, gestión y estrategias. De un día para otro la única forma de conectar con su audiencia y de difundir la cultura, era mediante internet.

* marina.martinez.roman@gmail.com

Esto fue un reto monumental, que se tuvo que gestionar a contrarreloj. De base en el mundo de la arqueología, la divulgación científica sigue siendo una materia pendiente. Cuesta hacer llegar a la población los resultados de las investigaciones. Pero poco a poco son cada vez más, los profesionales que se interesan por crear puentes entre la arqueología y la sociedad. Y este momento de crisis mundial, ha servido para poner de manifiesto las carencias y las buenas prácticas que se dan en el ámbito de la cultura material.

Para ello se ha desarrollado este caso de estudio. Mediante una metodología híbrida que vincula la arqueología y la antropología, se busca analizar la respuesta que se dio desde la Alcazaba de Almería al cierre del monumento presencial.

CONTEXTO

Comenzando a hablar sobre el Conjunto Monumental de la Alcazaba de Almería, nos acercaremos a su localización, historia e investigación. La Alcazaba de Almería se encuentra en el Cerro de San Cristóbal, en la misma ciudad de Almería. Un cerro que, debido a su particularidad geográfica, ha estado ocupado continuamente por grupos poblacionales a lo largo de la historia. Su localización privilegiada y de excepcionales cualidades estratégicas, le han servido para ser escenario de múltiples conflictos, abandonos y restauraciones.

“La Alcazaba, principal enclave del sistema defensivo de la Almería islámica, se encuentra asilada por el Norte mediante el barranco de la Hoya vieja, por el Este a través de la Rambla de Gorman y de la Rambla de la Chanca por el Oeste, para descender hacia el mar por el Sur, donde se situaba la medina” (INSTITUTO ANDALÚZ DEL PATRIMONIO HISTÓRICO).

La ciudad de Almería originariamente era un *Portus Magnus* y no fue hasta que Rahaman II quien enfocó su interés en aquella localización que su desarrollo social y económico creció. Dada su carácter fronterizo, se decidió proteger el lugar. Durante el siglo X, en época emiral, se mandó realizar una construcción defensiva, convirtiendo el lugar en un enclave fortificado que pasaría a ser conocido como Madinat al-Mariyya, la ciudad de la atalaya. Esta muralla sirvió también para asentar las bases de las nuevas casas y demás edificios como fruto del progreso local. El proceso constructivo de dicha muralla resulta inusual para la moda de la época, usando materiales como el hormigón calizo calicostrado y realizando técnicas como el tapial.

“Nos encontramos, por tanto, ante la primera ciudad andalusí de envergadura que aborda su amurallamiento urbano con la técnica del tapial, en clara ruptura con otras actuaciones emblemáticas que lleva a cabo el Estado cordobés en otras mudun, como las alcazabas de Bobastro o Tánger, o la muralla de Ceuta” (GURRIARÁN DAZA 2005:65).

La inmensa fortificación simbolizaba el gran poder del gobierno y buscaba ser una muestra de su defensa inquebrantable, proyectando una imagen magnificada del monumento. Esta alcazaba originaria tenía una organización distinta a la que hoy en día se puede apreciar, ya que fue diseñada para maximizar la capacidad defensiva y militar del espacio. Se planteó con tres grandes recintos, divididos mediante murallas de tapia y conectados por puertas

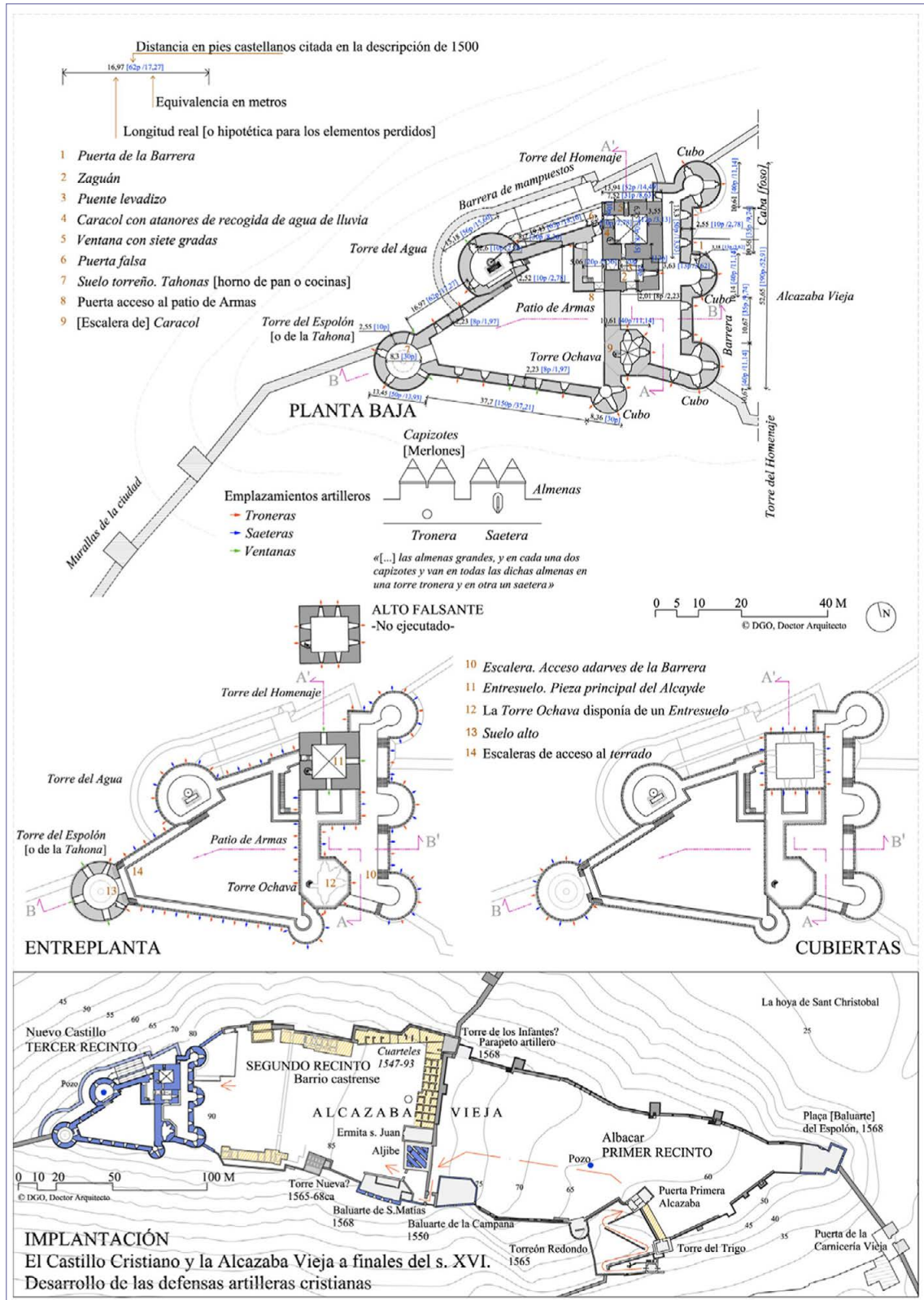


Fig.2. Plano del Monumento en el que se reflejan los tres recintos y las construcciones realizadas a finales del s. XVI. Autor Diego Garzón Osuna (2019:400).

“Actualmente la Alcazaba es uno de los espacios culturales andaluces más visitados, a lo que ha contribuido la labor de difusión de la institución y el variado programa de actividades que cada año organiza. También

ha vuelto a ser escenario de eventos y rodajes. Sin embargo, la inversión es insuficiente para la adecuada conservación del monumento, siendo necesario un cambio en el modelo de gestión que permita desarrollar un plan director con los programas de conservación e investigación que precisa" (GRACÍA ORTEGA 2017:27-28).

A continuación, una breve línea del tiempo, para poder observar y comprender la puesta en valor del Conjunto Monumental de la Alcazaba de Almería y cómo ha sido su transformación durante los dos últimos siglos.

1903 – 1905: Campaña a favor de su conservación y declaración como monumento.

1931: Fue declarado Monumento Histórico y Artístico en la Gaceta de Madrid.

1941: Comienzan las investigaciones arqueológicas tuteladas por los técnicos de la Alhambra.

1945: Primeros festivales en la Alcazaba.

1948: Acaban las obras en el 3º recinto. Se inician en el 1º recinto.

1951: Se abren al público los jardines del 1º recinto.

1951 – 1954: 2ª campaña de excavaciones.

1958: Comienzan las obras del acceso principal.

1960 – 1973: Obras de ajardinamiento.

1960: Musealización de dos viviendas.

1963: Se crea el mesón Gitano.

1967: La gestión del monumento pasa a mano del Patronato de la Alcazaba.

1968: Adaptación de los aljibes califales.

1975 – 1976: Reconstrucción de los baños públicos.

1985: La Alcazaba de Almería fue declarada BIC.

2004: Se delimitó la superficie completa del BIC, incluyendo el monumento y la muralla.

2008: La Junta de Andalucía realiza un proyecto para restaurar seis torres de la muralla de Almería.

2009: La Alcazaba abre por primera vez sus mazmorras al público. De forma excepcional y únicamente a unas cuantas visitas guiadas. Se realizan las primeras excavaciones para documentar la muralla Norte del Primer Recinto.

2010: Restauración general mediante técnicas y materiales propios de la época.

2011: La UNESCO se posiciona en contra de la base de acero utilizada en la restauración de la Alcazaba.

- 2012: El Ayuntamiento de Almería crea seis rutas turísticas semanales y permanentes que recorren la ciudad. Una está centrada en visitar la Alcazaba de Almería.
- 2015: Se produce un desprendimiento en la muralla sur. Debido a este accidente se clausura el monumento temporalmente hasta la reparación de la zona afectada.
- 2016: Plan Integral para mejorar el entorno de la Alcazaba.
Se taladra por error la muralla del 3º recinto por un montaje escénico.
Se elimina la única plaza de funcionariado como arqueólogo que poseía el monumento.
Arrancan las obras de conservación en el Patio de Armas.
Los bolaños encontrados en la ladera del Cerro de San Cristóbal, que fueron disparados desde el monumento, vuelven y se exponen en la Alcazaba de Almería.
- 2019: Cultura estudia crear un patronato para gestionar la Alcazaba, siguiendo el modelo de la Alhambra de Granada.
La Junta de Andalucía inicia las obras de conservación en la muralla sur de la Alcazaba Cultura anuncia un plan de rehabilitación para la Alcazaba, con el objetivo de potenciar el turismo cultural.
- 2020: Se aprueba el proyecto para rehabilitar la muralla del frente norte del 1º recinto. La Alcazaba de Almería forma parte del circuito del Festival de Teatros Romanos de Andalucía.



Fig. 3. Vista de las obras de rehabilitación de la muralla norte de la Alcazaba de Almería. Fotografía de la autora.

ESTADO DE LA CUESTIÓN

Uno de los objetivos principales de esta investigación es analizar la difusión y divulgación en materias de cultura y patrimonio arqueológico. Es por ello por lo que resulta interesante indagar en los procesos comunicativos que se dan desde nuestra disciplina.

Difusión y aprendizaje del patrimonio arqueológico

“Las conexiones con el presente son cada vez mayores y la perspectiva arqueológica se presentan cada vez más útiles en nuestro contexto social, económico y político. Hablar de arqueología es hablar de nosotros mismos ayer, hoy y mañana [...]” (ALMANSA SANCHÉZ 2013:3).

Es importante que desde la arqueología se haga un esfuerzo por difundir los conocimientos que generamos con nuestras investigaciones. Mediante nuevas metodologías, se está consiguiendo que la realidad histórica ayude a comprender los nuevos paradigmas a los que se enfrenta la sociedad actual. La necesidad de sociabilizar el conocimiento construido debería ser un objetivo primordial para los investigadores e investigadoras que trabajan con la cultura material. Ya que la mejor forma de hacer llegar a la sociedad su patrimonio, es mediante fuentes primarias y especialistas en la materia, los profesionales que realizan el trabajo de campo arqueológico. Esto consigue que la sociedad valore su patrimonio, entendiéndolo y cuidándolo, para que los museos no se encuentren vacíos, los yacimientos desnudos, los centros de interpretación inaccesibles y los monumentos abandonados. Y este fin no se puede conseguir sin el compromiso científico, sin los profesionales de la arqueología y demás disciplinas afines.

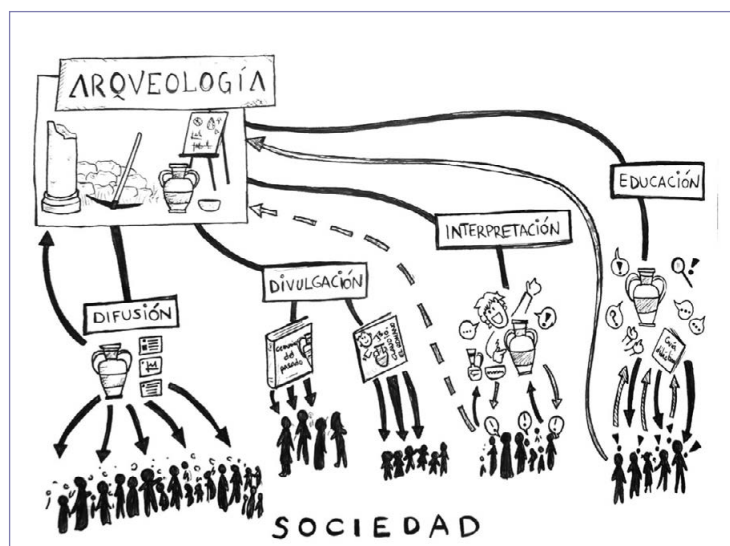


Fig.4. Relaciones entre la Arqueología y la Sociedad. Autora Gemma Cardona Gómez (2015:350).

Difusión digital del patrimonio

Si hablamos de nuevas metodologías, la más poderosa y que está en un auge constante son sin duda las redes sociales. Siendo un puente para la información y la comunicación, las nuevas tecnologías son una canal que potencia el alcance de cualquier mensaje, en este caso del patrimonial. Las redes sociales suponen un valor añadido, elevando las posibilidades de llegar a muchas más personas, mejorando así la experiencia del visitante antes, durante y después de la visita. Esto supone un incremento abismal que también ha transformado el lenguaje y la manera que tenemos de comunicarnos en sociedad. De la misma forma, ha afectado al discurso científico, encontrando nuevos espacios para su difusión, desarrollo y discusión. Son infinitas las ventajas que ha supuesto la incorporación del patrimonio arqueológico a las redes sociales, pero nos gustaría mencionar tres que, a nuestro parecer, han tenido más impacto en la cultura material: el público, los contenidos y las visitas.

El público ha dejado de ser un mero espectador, a querer formar parte de la cultura, teniendo una relación más estrecha y directa con el patrimonio. “El visitante de este siglo desea dejar su impronta en la visita [...] renunciando a una actitud pasiva y de no participación [...]” (ORTEGA-MOHEDANO *et al.*, 2020:4). Esto ha sido

en parte posible gracias a las redes sociales, que han facilitado la comunicación bidireccional, conectando activamente a las personas con su historia. De la misma forma se han visto afectados los contenidos y datos que se producen mediante las investigaciones científicas. Aparte del gran paso digital, que eliminó la barrera geográfica, las redes sociales han supuesto una nueva metodología a la hora de crear materiales para difundir y divulgar, sin estar limitados por los soportes analógicos. Por último, los cambios que se han desarrollado a nivel de la visita en sí, han transformado por completo las formas que hasta entonces teníamos de ver la cultura. Han creado una vertiente nueva, suprimiendo las limitaciones presenciales, como la localización o la dificultad de accesibilidad de algunos yacimientos. Con las redes sociales, es posible visitar cualquier lugar necesitando únicamente una conexión a internet y un dispositivo compatible. Además, la visita ya no se limita al tiempo que los visitantes pasan en el enclave, ya que la interacción con el público puede seguir a posteriori. Las redes sociales han construido una comunidad online activa y cada vez más amplia.

METODOLOGÍA

Arqueología Pública

Esta investigación sigue una corriente metodológica denominada Arqueología Pública. Esta rama asegura la composición múltiple de la ciencia arqueológica, siendo importante tener en cuenta todas las esferas que la forman, para trabajar de una manera holística. Este concepto se presentó por primera vez en el trabajo *Public Archeology* de Charles R. McGimsey publicado en 1972. Su objetivo es integrar todas las variables que afectan a la arqueología, todos los ámbitos que suman a la investigación, para producir unos resultados lo más completos, veraces y representativos posibles. Estos datos finales forman un conocimiento global y muy útil tanto para el desarrollo científico como la sociedad en donde se sitúan. Aunque debido a la gran variedad de trabajos que se engloban en esta corriente no hay una definición clara y precisa, todos ellos tienen un denominador común. La necesidad de crear discursos que orienten la disciplina arqueológica hacia una perspectiva crítica para impactar de una forma positiva en la sociedad, haciendo a las personas participe de su historia. De esta forma, la Arqueología pública persigue que las investigaciones y los resultados que se producen estén integrados en su contexto social y cultural, de una forma sostenible, eficiente, útil y atractiva (ALMANSA SANCHÉZ 2014).

“Las conexiones con el presente son cada vez mayores y la perspectiva arqueológica se presenta cada vez más útil en nuestro contexto social, económico y político. Hablar de arqueología es hablar de nosotros mismos ayer, hoy y mañana [...]. Al fin y al cabo, la arqueología es una disciplina muy ligada al presente y vernos hoy con ojos de arqueólogos ayuda a entender muchas cosas” (ALMANSA SANCHÉZ 2013:3-4).

Siguiendo esta corriente, las herramientas que hemos utilizado para llevar a cabo esta investigación han sido cuatro. Una base de datos apoyada en las redes sociales; una serie de entrevistas a personas relevantes para la investigación; un cuestionario online sobre la percepción de los usuarios y una serie de visitas al Conjunto, tanto de manera física como mediante recursos en línea. Cada uno de estos instrumentos tiene unos objetivos específicos y unos sujetos concretos, que se complementan entre sí haciendo que la investigación abarque el mayor rango de perspectivas posibles. Esta metodología específica adaptada a la Alcazaba de Almería es el fruto de la colaboración entre la Arqueología y la Antropología Social y Cultural.

Redes sociales

Para tener una perspectiva de la presencia online, hoy en día es obligatorio atender a las redes sociales, ya que son el espacio con más interactividad. Para ello diseñamos una tabla, con la finalidad de clasificar cada una de las publicaciones de la Alcazaba de Almería en sus cuentas oficiales. En un primer momento, se organizaron

5 grandes grupos, con subapartados en su interior: uno dedicado a los datos básicos, como son el día de la publicación y el idioma; seguidamente se analiza la tipología del elemento, eligiendo entre texto, imagen, video o streaming, recogiendo la posibilidad de que fuese un híbrido entre distintos tipos; el siguiente apartado llamado alcance, es el resultado del recuento de interacciones que ha recibido la publicación y varía en función a la red social analizada; un grupo dedicado a la finalidad, en el que se catalogaba el objetivo de la publicación, siendo las posibilidades cuatro (formación arqueológica, información sobre la institución, interacción con los seguidores o promoción de actividades); por último se atiende al recurso generado en sí, preguntando por su temática arqueológica, cronología y contenido, en el caso de que tuvieran relación con la disciplina.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	Datos básicos		Tipología				Alcance				Finalidad	Recursos			
2	Día	Idioma	Texto	Imagen	Vídeo	Streaming	RT	Me gusta	Comentarios	Hashtag	Enlaces		Temática	Cronología	Contenido
3															
4															
5															

Fig. 5. Tabla completa que se usará para el análisis de las publicaciones de las redes sociales. Ejemplo de la tabla utilizada para la red social Twitter. Elaboración propia.

Entrevistas

Para conocer una perspectiva profesional sobre el ámbito estudiado, decidimos realizar una serie de entrevistas a personas clave. Por un lado, entrevistamos al gestor de comunidades online del Conjunto Monumental de la Alcazaba de Almería y por otro contactamos con tres investigadores que han estudiado materias afines al monumento.

Las preguntas que se diseñaron para el community manager están divididas en dos bloques. En primer lugar, buscamos indagar sobre sus funciones, formación y objetivos referente a redes sociales, su trabajo diario y el contenido de este, así como la gestión de las diferentes plataformas. El segundo apartado se centró en el contenido de los recursos y publicaciones que difunde, al diseño y a las directrices que siguen desde la institución. Con esta entrevista buscábamos averiguar la intención y los objetivos detrás de su trabajo.

Desde el punto de vista de los investigadores, diseñamos una batería de preguntas exclusivamente para ellos. Esta entrevista fue enviada a varios profesionales que han tenido o tienen alguna vinculación con el Conjunto o con temáticas afines a él. Esta vez, las cuestiones se estructuraron en tres bloques temáticos. El primero dedicado a la difusión online, compuesto por preguntas referentes a sus puntos de vista, al uso y al no uso que dan a las nuevas tecnologías aplicadas al mundo del patrimonio arqueológico. El segundo apartado se centra en la Alcazaba de Almería en sí, preguntando acerca de sus investigaciones y trabajos relacionados con el monumento, para conocer su punto de vista acerca de la gestión institucional en materia de difusión. Por último, una serie de cuestiones acerca de su percepción del Conjunto, de su opinión acerca de su trabajo online y de su posicionamiento en redes sociales. De esta forma obtuvimos una visión desde el campo de la investigación arqueológica por parte de sus actores principales.

Encuesta

Para conocer la percepción de la población en general, decidimos diseñar un formulario online anónimo enfocado en la página web oficial de la Alcazaba de Almería. Se dividió en tres bloques diferenciados, para llegar a comprender mejor sus valoraciones y opiniones acerca del contenido online que se presenta. Un primer bloque dedicado a elementos básicos poblacionales, con preguntas esenciales como la fecha de nacimiento, el nivel de estudios y su residencia habitual. El segundo apartado contenía cuestiones acerca de contenidos

básicos del monumento, así como datos históricos y arqueológicos. Por un lado, conceptos básicos sobre el monumento, como precio u horario. Y por otro, preguntas más técnicas, históricas y de conocimientos culturales más concretos. Se les pedía que tuvieran abierta en otra pestaña la web de la Alcazaba de Almería para que pudieran consultarla. Todas las respuestas se encontraban ahí, excepto una “pregunta trampa”. Este apartado no tiene ninguna finalidad en sí, no nos interesaba si conocían o no los datos y se planeó únicamente para que los usuarios leyesen la página web y observaran los distintos apartados. De esta forma, a la hora de responder las preguntas del tercer bloque, se esperaba que hubieran consultado la web de referencia al menos una vez. Ya que en este último bloque se les pedía que valorasen la web del 1 al 10, siendo este último la nota más alta, aspectos específicos como la accesibilidad, la divulgación o la actualidad de la información que habían encontrado. La estructura animaba a las personas a que usasen y consultasen la página web antes de contestar a las valoraciones.

Google Arts and Culture

La última herramienta que hemos usado para la investigación es la plataforma Arts and Culture de Google. Una web que funciona a nivel mundial y en la cual podemos encontrar miles y miles de enclaves culturales, así como espacios museísticos y piezas digitalizadas de todo el mundo. En concreto el Conjunto Monumental de la Alcazaba de Almería tiene su propio espacio para difundir y dar a conocer su patrimonio. Resulta interesante para los objetivos planteados, observar, analizar y comparar esta “visita” online con la que se realizaría de manera ordinaria en el monumento presencialmente. De esta forma se ha podido observar los aspectos comunes y las diferencias, los puntos fuertes y los puntos débiles de cada una de las opciones, para proponer nuevas formas de aprovechar esta herramienta tan puntera.

RESULTADOS

Redes sociales

Tras un primer momento de observación, se decidió concentrar la investigación en las tres redes sociales que más actualizadas estaban por parte de la institución. De esta forma se analizaron los perfiles oficiales del Conjunto Monumental de la Alcazaba de Almería y sus respectivas publicaciones en Facebook, Instagram y Twitter. Se escogió estudiar el mes de marzo de 2020, dada su peculiaridad. Los primeros 13 días responden a días pre-pandémicos y tras la proclamación del estado de alarma del 14 de marzo, restan casi una quincena en el que las redes sociales fueron la única forma de comunicación, dado el confinamiento generalizado.

Siguiendo estos parámetros la contabilidad total de la base de datos fue de 732 publicaciones registradas. En Twitter, la red social más usada por el CM de la Alcazaba de Almería, se publicaron 543 tuits. De los cuales, 347 contenían alguna imagen y 24 colgaban un video en línea. El total de impacto que se registró durante este periodo de tiempo es de 1.036 RT, 2.454 me gusta y 293 comentarios. Esto hace una media de impresiones de 1,9 RT, 4,5 me gusta y 0,5 comentarios por publicación. En Instagram se han recogido el menor número de publicaciones, con un total de 87 post. Aun así, el impacto registrado ha sido el más alto, con 6.678 me gusta y 76 comentarios. De esta forma, los resultados son 78,8 me gusta y 0,8 comentarios de media por post. Por último, en Facebook se colgaron 102 publicaciones, teniendo 90 de ellas alguna imagen. Si atendemos a la interacción con los usuarios online, en total encontramos 1.443 me gusta, 365 ocasiones en las que fueron compartidos y 64 comentarios por cada publicación. La media obtenida es de 14,2 me gusta, 3,6 veces compartido y 0,6 comentarios por cada publicación.

Finalidad	Twitter	Instagram	Facebook	Total
Formación Arqueológica	180	5	23	208
Información sobre la institución	72	15	20	107
Interacción con los seguidores	175	42	36	253
Promoción de actividades	116	25	23	164
Total	543	87	102	732

Fig. 6. Publicaciones en redes sociales según finalidad por parte de la Alcazaba de Almería. Elaboración propia.

Entrevistas

Las entrevistas a profesionales y doctores en la disciplina fueron finalmente tres: Bilal Sarr Marroco, Diego Garzón Osuna y Pedro Gurriarán Daza. Todos ellos estuvieron de acuerdo con la afirmación de que las TIC y las redes sociales son el futuro de la difusión. De la misma forma, aseguraron que existe una gran labor de difusión por parte de las instituciones, aunque no de la forma correcta, puesto que existe un mal posicionamiento online. El motivo de esto recaería en la falta de recursos sistemáticos y en la precariedad en la que la cultura se ve envuelta usualmente. Finalmente, todos estaban de acuerdo en la necesidad de unificar estrategias comunes a nivel autonómico, para que los monumentos, museos y demás instituciones culturales fueran a la par en materia de redes sociales, ayudándose y complementándose, trabajando al mismo compás.

Por otro lado, tuvimos la suerte de poder entrevistar a Arturo Del Pino Ruiz. El fue el gestor de comunidades online de la Alcazaba de Almería durante el periodo estudiado además de haber sido su director durante mucho más tiempo. Respecto a su gestión de las redes sociales, nos verificó que existía una estrategia particular para cada una de las plataformas, adaptándose a las peculiaridades de cada una de ellas. Uno de sus objetivos más importante era dar voz a todos y cada uno de los trabajadores del monumento, no solo a los conservadores y arqueólogos, también a todo el personal encargado de la gestión, limpieza, seguridad... Creando una conciencia social, de que el patrimonio somos todos. Además, comentaba la gran acogida y el gran impacto que había tenido la Alcazaba concretamente en Twitter, en donde habían llegado a formar una comunidad muy numerosa, a los que cariñosamente llamaba “twitteros patrimoniales”.

Encuesta

La encuesta pública se difundió mediante distintos medios para llegar al máximo de personas posibles. Se mantuvo activa los meses de septiembre y octubre de 2020, obteniendo un total de 113 respuestas anónimas. Decir que la edad media de la población fue de 32,4 años y que el 42% de las respuestas fueron por parte de personas que residían en Almería. Tanto las preguntas sobre la institución como las de contenido arqueológico tienen una amplia mayoría de aciertos, poniendo de manifiesto el interés de las personas a la hora de consultar la web, ya que no eran datos que alguien ajeno al monumento pudiera conocer de memoria. Respecto a la pregunta “trampa” un 49% de las personas respondieron la opción correcta, aunque esta no se encontraba en la página web de la Alcazaba de Almería, mientras que un 53% respondieron acertadamente que ese dato “no se encontraba”. Aunque para esta investigación en concreto, no nos interesen tanto los aciertos y los errores, es interesante comprobar la gran acogida que tuvo la encuesta y de alguna forma sirve para justificar las respuestas al apartado siguiente. De esta forma, las preguntas sobre su percepciones y opiniones están respaldadas por unos números cuantitativos. En la siguiente tabla podemos observar la nota media que le dieron los participantes en cada uno de los ámbitos a la página web de la Alcazaba de Almería.

Accesibilidad	6
Manejable	6,2
Comprensión	7,3
Divulgación	5,2
Actualizado	6,7

Fig. 7. Medias aritméticas de los resultados de cada uno de los aspectos mencionados en la encuesta. Elaboración propia

Google Art and Culture

Por último, analizar la página de la Alcazaba de Almería en la plataforma Google Arts and Culture. Cabe destacar, que no todos los monumentos e instituciones culturales públicas tienen un espacio propio. En esta página podemos encontrar dos tipologías. Por un lado, unas visitas online y por otro un reportaje fotográfico. Fijándonos en las visitas online, son un total de nueve y cada una está centrada en un lugar del monumento. Aún así, no se puede ver en su totalidad, ya que hay zonas inaccesibles. La cartelería física está digitalizada con una pésima calidad, lo que hace casi imposible leer la información que en ella se encuentra. El interfaz es igual que el que podemos encontrar en otras plataformas de Google como Google Maps: no es compatible con la visualización de las piezas o de las estructuras del monumento. Pero en general, se podría hacer una visita casi de la totalidad del Conjunto, aunque sin adquirir conocimiento alguno de su historia. Seguidamente, encontramos un reportaje fotográfico. Este se titula Alcazaba Milenaria y está compuesto por 17 diapositivas con fotografías del monumento. En muchas de ellas aparecen textos informativos, contando fragmentos de su historia, de los restos materiales allí encontrados y de las excavaciones que se desarrollaron en sus inicios. Se explica de una forma muy divulgativo, sobre todo a nivel visual. Resulta muy útil y completo para una posible visita virtual.

CONCLUSIONES

Con esta metodología híbrida, buscábamos obtener la visión más completa posible acerca de la difusión online del Conjunto Monumental de la Alcazaba de Almería. Siempre teniendo en cuenta la subjetividad que caracteriza a las ciencias sociales. De esta forma, las conclusiones a las que hemos llegado son propias de la investigación, no son absolutas. Simplemente hemos querido reflejar de la forma más eficaz la realidad del patrimonio digital.

En primer lugar, nos gustaría poner en evidencia la desactualización de los contenidos online. Exceptuando las redes sociales, en las demás plataformas la información está anticuada. Las últimas investigaciones están congeladas en el tiempo, cuando la realidad es que hoy en día se sigue excavando en la Alcazaba. De la misma forma los recursos bibliográficos son mínimos, cuando hay miles de artículos y estudios sobre el monumento. Esto es una pérdida de recursos y un nulo aprovechamiento de las herramientas que se tienen a disposición. Sobre todo, haciendo referencia a la página web, que podría ser un espacio de consulta, simplemente vinculándola a los distintos artículos científicos que están publicados de forma con acceso abierto en internet. Co esto, solamente están focalizándose en un tipo de público, uno turístico que con la información de horarios le basta, olvidando al resto de los sectores que estamos interesados en su historia, estudio y conservación.

Por el contrario, la gran tasa de aciertos en la encuesta, reflejan que el contenido que se divulga es apropiado. Se entiende y llega a las personas, aunque podría mejorar si atendemos a los resultados sobre percepción general. Esto también se refleja en las redes sociales. El gran número de interacciones y seguidores demuestra la calidad del contenido publicado, cargado de temas arqueológicos y de una amplia variedad dentro de la

disciplina. Aunque el reparto en redes es desigual, los perfiles tienen una buena presencia y un gran número de audiencia fidelizada. Con un poco más de financiación y formación especializada en el ámbito digital, se conseguirían números mucho más altos, dado su gran acogida únicamente con nociones básicas.



Fig. 8. Respuestas a las preguntas sobre contenidos históricos-arqueológicos de la encuesta. Elaboración propia.

Destacan los números antes y después de la declaración del Estado de Alarma. El incremento es muy notable, así como el impacto obtenido. Por ello que podemos declarar que el Conjunto Monumental de la Alcazaba de Almería supo hacer frente a la situación de una forma eficaz dando respuesta a las nuevas necesidades imperiosas que surgieron. Esto fue gracias a su equipo humano, que puso en marcha una gran estrategia, radicalmente distinta a lo que acostumbraban. Pero en este ámbito nos surge una pregunta, ¿ha hecho falta una pandemia y un confinamiento para que las instituciones culturales se pongan al día en materia de nuevas tecnologías? En este caso la respuesta es sí.

Pre Covid-19				
	Twitter	Instagram	Facebook	Total
Número de publicaciones	164	33	29	226
Impacto Total	1.056	2.306	4.632	7.994
Publicaciones Arqueología	17	0	0	17
Impacto Arqueología	141	0	0	141
Post Covid-19				
	Twitter	Instagram	Facebook	Total
Número de publicaciones	379	54	102	535
Impacto Total	2.838	4.448	1.240	8.526
Publicaciones Arqueología	163	5	23	191
Impacto Arqueología	1.131	444	414	1.989

Fig. 9. Comparativa de las publicaciones analizadas con finalidad de Formación Arqueológica separadas por fechas, en la red social Twitter de un total de 164 publicaciones en el gráfico de la izquierda y 379 en el de la derecha. Elaboración propia.

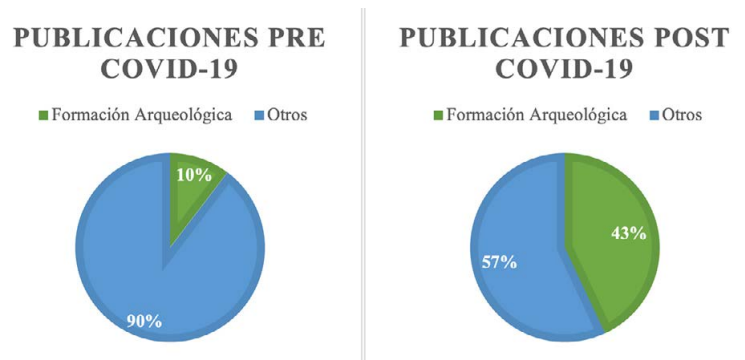


Fig. 10. Comparativa de las publicaciones analizadas con finalidad de Formación Arqueológica separadas por fechas, en la red social Twitter de un total de 164 publicaciones en el gráfico de la izquierda y 379 en el de la derecha. Elaboración propia.



Fig. 11. Comparativa del impacto total en redes sociales de la finalidad Formación en Arqueología separadas por fechas de un total de 732 entradas. Elaboración propia.

Por último, hablar de la visita presencial, imprescindible para el buen entendimiento del monumento. Debido a la baja calidad de las imágenes digitalizadas y de la escasa información que podemos encontrar online, la visita online es puramente anecdótica y no transmite contenido alguno. Los recursos online son insuficientes, si bien se hace un trabajo muy digno desde la institución, aprovechando las herramientas a su alcance en este ámbito en concreto.

Por todo esto, creemos que el futuro del patrimonio arqueológico estará ligado a las nuevas tecnologías. Este estudio ha servido para poner en manifiesto las carencias de un sistema anticuado, pero que está evolucionando. La Alcazaba de Almería está cambiando sus estrategias, sus metodologías para poder dar respuestas a unas necesidades digitales que son cada vez más latentes. Su gran esfuerzo por mantener las vías de comunicación abiertas con la población general, apostando por la educación patrimonial, recalca su gran labor social, puntera en muchos ámbitos al compararlas con otros monumentos similares. Todo este trabajo es una inversión de futuro, están construyendo puentes para acercar la Arqueología a la sociedad. Esta afirmación no se puede decir de otras muchas instituciones que se aferran al autoconsumo, a la especialización con el pensamiento de que la ciencia es solo para los científicos. En un futuro no tan lejano, las TICs y las redes sociales serán básicas para la divulgación, conservación e investigación arqueológicas. Teniendo en cuenta su gran potencial, no estamos sacándole todo su jugo, quizás por desconocimiento, quizás por desinterés. Todos somos conscientes de la gran importancia de difundir los conocimientos que generamos desde la disciplina, pero pocos son los que hacen esa arqueología denominada pública. Esto es un grave error, no podemos permitirnos quedarnos atrás. La sociedad avanza y nosotros debemos seguir su ritmo. La humanidad no puede olvidar su historia.

Finalmente felicitar por la eficaz gestión que se llevo desde la Alcazaba de Almería ante la crisis sanitaria de 2020. Alentar a que todos esos cambios puntuales que tanto valor han añadido a la difusión online se vuelvan coyunturales. Que se trabaje para aprovechar esta situación que nos ha tocado vivir, para afianzar la relación de las nuevas tecnologías con la disciplina arqueológica.

BIBLIOGRAFÍA

- ALMANSA, J. (2008): *Arqueología pública, o de cómo todo nos afecta*. I Jornada de Jóvenes en Investigación Arqueológica: Dialogando con la Cultura Materia. UCM.
- ALMANSA, J. (2013): Introducción. Hablando de arqueología pública. En Almansa, J. (Ed.): *Arqueología pública en España*:3-12. #pubarch.
- ALMANSA, J. (2014): Arqueología pública y gestión del patrimonio: condenados a encontrarse. *Debates de Arqueología Medieval* nº 4: 11-28.
- ALMANSA, J. (2015): O divulgas... ¡O colleja! Arqueología, mercadotecnia y la publicidad de la arqueología. *Arqueología sociales Arqueología en Sociedad: 163-169*. VII Jornadas de Jóvenes en Investigación arqueológica.
- ALMANSA, J., GALMÉS, A., ABRUNHOSA, A., GARROCHENA, E., PALOMERO, I., SEÑORAN, J. M., APARICIO, P., VIZCAÍNO, A. (2015): Mesa Redonda 2. Arqueólogo busca público: políticas de integración y el futuro de la arqueología. *Arqueologías sociales Arqueología en Sociedad: 339-369*. VII Jornadas de jóvenes en Investigación arqueológica.
- ANDREU-MEDIERO, B., MORALES J. (2019): Aprendizaje basado en proyectos y trabajos cooperativos para una propuesta de Enseñanza-Aprendizaje de la Historia y del Patrimonio Arqueológico en la Educación Superior. *VI Jornadas Iberoamericanas de Innovación Educativa en el Ámbito de las TIC y las TAC*.
- BOCANEGRA, L., TOSCANO, M., DELGADO L. (2017): Co-creación, participación y redes sociales para hacer historia. Ciencia con y para la sociedad. *Historia y comunicación social* nº 22: 3254-346.
- CARA, L. (1990): La remodelación de una fortaleza musulmana medieval: la Alcazaba de Almería en época cristiana (siglos XV y XVI). *Coloquio Almería entre culturas*. Instituto de Estudios Almerienses. Departamento de Historia.
- CARA, L. (2004): La construcción de un monumento. La Alcazaba de Almería tras 60 años de intervenciones. *Castillos de España*, nº 132: 13-22.
- CARA, L. (2009): Salvaguarda de vidas y haciendas. Los castillos medievales de Almería: historia y patrimonio. *Andalucía en la historia*, nº 25: 100-109.
- CARDONA, G. (2016): *Implicación social y patrimonio. Un cruce de caminos entre arqueología pública, arqueología comunitaria y didáctica de la arqueología*.
- CARRATALÁ, M. (2018): *La arqueología y la museografía en espacios de presentación del patrimonio: análisis y evaluación de la difusión del patrimonio arqueológico*. Tesis Doctoral.Universidad de Granada.
- DELGADO, L., ROMERO, P. (2017): La arqueología virtual, generadora de recursos para la comunicación y participación. *Con la red en la red, Creación, investigación, comunicación cultural y artística en la era de internet*. Universidad de Granada.
- GARCÍA-CONTRERAS, G. (2015): Al-Andalus en el Museo Arqueológico Nacional: Donde arquitectura y artes decorativas prevalecen por encima de la historia. *ArqueoWeb* nº 16: 292-303.
- GARCÍA, M. L. (2017): El Conjunto Monumental de la Alcazaba de Almería, un breve recorrido por su historia. *Boletín del Museo Arqueológico Nacional*, nº35: 24-28.
- GARZÓN, D. (2015): Almería 1146. Evolución de la estructura urbana y defensas medievales. *Revista PH. Proyectos, actuaciones y experiencias*, nº88: 146-165.

- GARZÓN, D. (2018): Excavación y rehabilitación de la Alcazaba de Almería desde la posguerra: 1940-1976. *Boletín del Museo Arqueológico Nacional*, nº37: 185-204.
- GARZÓN, D. (2019): La construcción del castillo cristiano de Almería [1490-1502]. *Estudios sobre Patrimonio, Cultura y Ciencias Medievales*, nº 21:371-406.
- GURRIARÁN, P. (2020): Las técnicas constructivas en las murallas medievales de Almería. *Defensive Architecture of the Mediterranean*, nº10: 61-70.
- GURRIARÁN, P. y Márquez, S. (2005): La Almería medieval como fortaleza. *La Alcazaba. Fragmentos para una historia de Almería*.
- INSTITUTO ANDALUZ DE PATRIMONIO HISTÓRICO; (2007), Alcazaba, *Guía digital del Patrimonio Cultural de Andalucía*. <https://guiadigital.iaph.es/bien/inmueble/305/almeria/almeria/alcazaba> (Última consulta: 27/10/2021).
- MARTÍN, J. M. y DELGADO, L. (2016): Arqueología, comunicación y compromiso social. *El patrimonio arqueológico: de las trincheras a la sociedad. La Granada invisible*. Sala de exposiciones Zaida de la Fundación Caja Rural Granada.
- ORTEGA-MOHEDANO F., GARCÍA-MARTÍN, I., PÉREZ-PÉREZ M. E. (2020): Comunicación y Educación en los Museos, espacios de interacción en la Zona de Desarrollo Próximo en España. *Education in the Knowledge Society*, nº 21, artículo 13.
- RIVERO, P., FELIU M. (2017): Aplicaciones de la arqueología virtual para la Educación Patrimonial: análisis de tendencias e investigaciones. *Estudios Pedagógicos* nº4: 319-330.
- RODRÍGUEZ DE GUZMÁN, S. (2016): El uso de público y el patrimonio arqueológico: análisis del caso del teatro romano de Itálica. *@rqueología y Territorio* nº 13: 55-78.
- TORRES, L. (1983): Almería Islámica. *Crónica Arqueológica de la España Musulmana*.