

Divulgar arqueología en Facebook: cómo generar interés

Claudia Pais García

claudiapaisgarcia@gmail.com

Felipe Jorge Pais Pais

jorgepaispais@gmail.com

CLAUDIA PAIS GARCÍA (Barlovento, La Palma, 1995), graduada en Periodismo por la Universidad de La Laguna, se ha especializado en redes sociales y audiovisuales con el máster de Creatividad Estratégica en la Información Audiovisual por la Universidad Autómoma de Barcelona. Ha colaborado con *National Geographic* como periodista audiovisual documentando la investigación «The stories shells hold: inferring ancient cultural and environmental history from mollusk middens in the Canary Islands».

FELIPE JORGE PAIS PAIS (El Paso, La Palma, 1961), licenciado en Geografía e Historia y doctor en Arqueología por la Universidad de La Laguna, es inspector de patrimonio histórico del Cabildo Insular de La Palma y director del Museo Arqueológico Benahoarita. Autor de numerosas publicaciones, ha participado en congresos, jornadas, encuentros y coloquios de carácter regional, nacional e internacional con temas relacionados con la cultura benahoarita. Ha sido el director de las cartas arqueológicas de Tijarafe, Puntagorda, Garafía, Barlovento, Villa de Mazo, Fuencaliente, El Paso y Tazacorte. Su labor científica y divulgadora ha sido reconocida recientemente con el Premio José Pérez Vidal (2017).

Resumen

La arqueología, como ciencia, debe ser divulgada de forma que la ciudadanía pueda tener un acceso rápido, fácil y fiable a todas aquellas informaciones que le sean relevantes con respecto a esa materia. Es por ello que, hoy en día, con Internet ese acceso rápido y fácil a la información lo tenemos cubierto. Sin embargo, el tema de la fiabilidad es más complicado. A través, por ejemplo, de las redes sociales se pueden difundir muchos bulos o datos falsos con total libertad. Es aquí donde una figura o personaje relevante dentro del mundo de la arqueología, en este caso, en la isla de La Palma, puede aportar la fiabilidad y rigor que tanto se necesita en este ámbito de la comunicación. Este juega un papel sumamente relevante, pues es él quien se encarga de contrastar y verificar la información de actualidad local que existe en cuanto a esa temática. Además, favorece la difusión de noticias que se comparten a través de herramientas como Facebook, y aporta también su visión como investigador y científico. Se analiza así el caso de la página «Felipe Jorge Pais Pais» sobre arqueología y patrimonio cultural en La Palma.

Palabras clave

Redes sociales, Facebook, arqueología, comunicación, La Palma, Islas Canarias.

Abstract

Archeology, as a science, must be disclosed for the citizens have quick, easy and reliable access to all the information that is relevant to that subject. That is why nowadays, we have covered quick and easy access to the information with Internet. However, the issue of reliability is more complicated. For example, we can spread fiefs or false data in social networks with complete freedom. This is where there is a relevant figure or character within the world of archeology, in this case, in La Palma, can provide the reliability and rigor that is so needed in this field of communication. He plays a very important role, he who is in charge of checking and verifying the information of the local news that exists in this subject. In addition, promote the dissemination of news and share on tools like Facebook, and also contribute their vision as a researcher and scientist. We investigate the case of the page «Felipe Jorge País Pais» on archeology and cultural heritage in La Palma.

Keywords

Social media, Facebook, archeology, communication, La Palmas, Canary Islands.

Divulgar arqueología en Facebook: cómo generar interés

Claudia Pais García

Universidad Autónoma de Barcelona

Felipe Jorge Pais Pais

Universidad de La Laguna

Introducción

Divulgar conocimiento sobre patrimonio histórico-cultural y arqueología no es fácil, y menos aún en una isla pequeña como lo es La Palma. Además, los periódicos locales no ayudan puesto que publican muy poca información sobre este ámbito. Sin embargo, noticias hay. Desde investigaciones que se están realizando en la Isla hasta eventos relacionados con esta temática. La carencia de información sobre esta materia ha generado que se trate de introducir estos conocimientos por otro lado. Y así es como las redes sociales les han quitado protagonismo a los periódicos digitales. Ahora, los usuarios prefieren informarse a través de Facebook, por ejemplo, un lugar de libre acceso tanto para quien publica como para quien lee. Así pues, un lugar ideal para divulgar arqueología.

«Desde luego, las redes sociales son un medio imbatible para llevar al conocimiento público los avatares del Patrimonio Cultural y para crear afición, sensibilidad, opinión y animo de conservación en una masa social, antes desconocedora o indiferente», explicaba Carlos Morenés en la XXXII Reunión de Asociaciones y entidades para la defensa del patrimonio Cultural y su entorno en 2012.⁵⁶¹ La desinformación sobre Patrimonio histórico y cultural de La Palma queda totalmente a libre elección cuando se crea la página de Facebook: «Felipe Jorge Pais Pais», arqueólogo de la Isla. Ahora tenemos acceso a ese conocimiento de calidad y de manera inmediata.

Planteamiento y justificación del problema

Las noticias e informaciones sobre arqueología y patrimonio histórico-cultural que encontramos en los distintos medios locales de la isla de La Palma son muy escasas. El periodismo local puede llegar a limitar la especialización de los propios periodistas, quienes se centran en la información generalista de rápida publicación, sin profundizar más allá de lo superficial, ya sea por falta de tiempo o falta de personal. Es por ello por lo que los expertos y usuarios, muchas veces, achacan la falta de calidad en los produc-

⁵⁶¹ MORENÉS MARIÁTEGUI, CARLOS: «Nuevos elementos para la difusión y promoción del patrimonio cultural», *XXXII Reunión de Asociaciones y entidades para la defensa del patrimonio Cultural y su entorno*, 2012, www.hispanianostra.org (4 de julio de 2018).

tos informativos locales.⁵⁶² Así pues, el periodismo especializado (P.E.) es fundamental para tratar temáticas muy específicas, como es el caso del ámbito que vamos a tratar, puesto que este es un indicador de calidad periodística.

Como bien menciona María Monjas en su tesis doctoral, «La especialización periodística en Patrimonio Cultural incluiría, por tanto, la formación específica en esta área para que el periodista pudiese desempeñar correctamente sus funciones».⁵⁶³ Sin embargo, en los másteres españoles sobre periodismo cultural no existe ninguna asignatura sobre Patrimonio Cultural,⁵⁶⁴ un hecho que perjudica no solo al periodista que en un momento dado pueda encontrarse con una noticia de estas características, sino a la propia sociedad, que, obviamente, va a recibir menos información sobre los avances y descubrimientos relacionados con la arqueología, y el patrimonio histórico-cultural en su región. Los expertos en temáticas como la arqueología manifiestan que la información sobre su materia apenas tiene presencia mediática y el tratamiento periodístico que se les da es deficiente.⁵⁶⁵

Ese es el caso de La Palma, la cual se ha visto afectada negativamente por esta circunstancia, donde los periódicos locales y digitales de la Isla como por ejemplo, *El Apurón* y *El Time*, cuentan con una reducida plantilla, normalmente de una o dos personas, por lo que no se pueden permitir dar información en gran profundidad, descartando pues, la especialización. Hablamos de estos periódicos porque son los únicos que hablan únicamente de La Palma.

Asimismo, al no darle importancia a este tipo de informaciones en los medios de comunicación palmeros, la ciudadanía queda totalmente desinformada porque no existe otra forma de dar a conocer las actividades relacionadas con arqueología e investigaciones históricas que se estaban llevando a cabo en su tierra. Este hecho puede dar lugar a pensar que en la Isla no hay ningún tipo de interés por noticias e información sobre este ámbito, pero no es así y lo comprobaremos en los siguientes apartados. El patrimonio cada vez es más disfrutado por la ciudadanía,⁵⁶⁶ por lo que el interés por la cultura y la Historia está en ascenso.

María Dolores Meneses se preguntaba en uno de sus artículos publicados en la revista *Estudios del mensaje periodístico* de la Univesidad Complutense:⁵⁶⁷ ¿quién difunde mejor el patrimonio? Ella concluía con que había que «formar a los periodistas en nociones arqueológicas y paleontológicas fundamentales, y a los arqueólogos y paleontó-

⁵⁶² LÓPEZ GARCÍA, XOSÉ: *Desafíos de la Comunicación Local*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 2009.

⁵⁶³ MONJAS ELETA, MARÍA: *El patrimonio cultural y su tratamiento periodístico: un análisis de la edición regional de El Mundo de Castilla y León y El Norte de Castilla*, tesis doctoral, Universidad de Valladolid, 2012, uva-doc.uva.es (1 de julio de 2018).

⁵⁶⁴ *Ibídem*.

⁵⁶⁵ MENESES FERNÁNDEZ, MARÍA DOLORES: «Periodismo, medias y patrimonio: de la curiosidad arqueológica y paleontológica a la ciencia y al desarrollo zonal», en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, núm. 2 (2011), Ediciones Complutense, Madrid, pp. 365-381.

⁵⁶⁶ PRIETO DE PEDRO, JESÚS: «El patrimonio cultural material en España: fortalezas, conflictos y penurias», en *Informe sobre el estado de la cultura en España 2017*, Fundación Alternativas, Lúa Ediciones 3.0, Madrid, 2017, pp. 103-112.

⁵⁶⁷ MENESES FERNÁNDEZ, MARÍA DOLORES: «Periodismo, medias y patrimonio...», en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, op. cit., pp. 365-381.

logos, en las claves de la comunicación periodística». Esta última, cada vez es la más empleada, puesto que como comentábamos con anterioridad, en el caso de La Palma, con un periodismo local y generalista, es complicado hacerse hueco en la agenda periodística. Por ello, esta carencia puede llenarse con expertos en la temática concreta. La especialización que le falta al periodista, la puede lograr un experto que sepa dónde y cómo dirigirse a los usuarios.

Cabe destacar que el periodismo ha sufrido una pérdida de credibilidad en los últimos años, no solo con las mencionadas continuamente *fake news*. Muchos medios de comunicación publican noticias con graves carencias informativas, ya sea con datos erróneos o incluso problemas de explicación, lo que genera una desconfianza por parte de la ciudadanía. El 77% de los usuarios han dejado de tener fe tanto en los periódicos como en la información que se les brinda en ellos, porque consideran que pueden estar manipulados por intereses políticos y/o económicos.⁵⁶⁸ Ahora bien, existe una «obligación moral de mantener informada a la sociedad», comentaba Javi Polinario en su libro *Cómo divulgar ciencia a través de las redes sociales*.⁵⁶⁹ Es por ello por lo que el experto debe ser consciente de esta problemática que existe en los medios de comunicación, al menos locales, y actuar no solo para su propio beneficio sino para el de la sociedad.

Llegados a este punto, las herramientas más útiles para la conservación del patrimonio son las tecnologías y para su difusión y divulgación del conocimiento de las mismas, son las redes sociales.⁵⁷⁰ Felipe Jorge Pais Pais, arqueólogo y jefe de patrimonio histórico de la isla de La Palma, entre todos cargos relevantes, ha abierto su página de Facebook⁵⁷¹ con el objetivo de poner fin a la desinformación acerca de arqueología y patrimonio histórico-cultural que existe en la Isla. Esta se puede definir como medio de comunicación especializado en patrimonio cultural, histórico y arqueológico de La Palma. En ella se encuentra información sobre las actividades, tradiciones, avances e investigaciones que se están llevando a cabo en la actualidad en este ámbito dentro de esta región. Además, tiene un valor añadido el personaje, un experto de reconocido prestigio en la zona en el que los usuarios confían.

Objetivos y metodología

Para la elaboración de este trabajo, nos encontramos con varios objetivos. El primero de ellos es demostrar que la información sobre patrimonio histórico y cultural interesa en La Palma. Al ser visible los datos como el número de compartidos, reacciones y comentarios en cada una de las publicaciones, podemos orientarnos para conocer de cerca si esta temática es interesante para los palmeros. En segundo lugar, pretendemos fomentar la información sobre este ámbito en los medios de comunicación loca-

⁵⁶⁸ VARA MIGUEL, ALFONSO: «Las noticias falsas o *fake news* preocupan al 69% de internautas en España», *DigitalNewsReport.ES*, 2018, www.digitalnewsreport.es (1 de julio de 2018).

⁵⁶⁹ POLINARIO, JAVI: *Cómo divulgar ciencia a través de las redes sociales*, Círculo Rojo, Almería, 2016.

⁵⁷⁰ MORENÉS MARIÁTEGUI, CARLOS: «Nuevos elementos para la difusión...», en *XXXII Reunión de Asociaciones y entidades para la defensa del patrimonio...*, op. cit.

⁵⁷¹ <https://www.facebook.com/felipejorgepaispais>.

les. Como tercer objetivo, nos hemos marcado crear comunidad a través de la participación de los usuarios, un detalle sumamente importante en la temática en la que nos encontramos, ya que la ciudadanía puede ayudar a la continuación de investigaciones mediante su palabra. Esto mejorará las vías de comunicación entre la sociedad y los expertos, haciendo al información más accesible, asequible y sobre todo veraz. En cuanto a este último concepto, nos hemos propuesto dar credibilidad y fiabilidad a los palmeros al ser un experto quien comenta una información o da una noticia. Por último, pero no menos importante, se procurará concienciar y enseñar acerca de la importancia de conocer y cuidar de nuestro entorno cultural e histórico mediante la divulgación y difusión de ideas, hechos históricos, etc.

A tal fin, haremos una comparación de interacciones entre la misma noticia en las páginas de Facebook de los anteriormente mencionados periódicos digitales de La Palma (son los más activos) y la página de Facebook de Felipe Jorge Pais Pais. Así podremos comprobar si la voz de un experto de forma directa es más valorada que la del periodista.

Las redes sociales como medio de divulgación

Según la Real Academia, divulgar significa «publicar, extender, poner al alcance del público algo». Así que, hoy en día, con la globalización y la democratización de las redes sociales, el mejor lugar para divulgar conocimiento es sin duda una red social. De hecho, uno de los medios más utilizados para el consumo de noticias son las redes sociales, solo por detrás de la televisión. El 60% de los internautas admiten que esta herramienta es la que más usan para informarse.⁵⁷² Además, entre las cuatro principales actividades que se realizan en las redes sociales, una es adquirir conocimiento, según el último estudio del IAB sobre las redes sociales 2018.⁵⁷³ Se debe aprovechar este hábito para compartir la información especializada que tiene un experto sobre un tema en concreto. Divulgar puede volverse un reto, pero debe ser una responsabilidad.⁵⁷⁴ Y, como tal, debemos buscar la fórmula para llegar al mayor número de personas y tratar de difundir nuestro conocimiento.

Ciencia Canaria, del Gobierno de Canarias, cuenta con un artículo muy interesante en el que se comentan algunos de los beneficios que tiene la divulgación científica a través de las redes sociales.⁵⁷⁵ Entre ellos destacaremos cuatro: a) Gusto de explicar. Básicamente se trata de darle valor a el trabajo realizado y la satisfacción que genera compartir por fin con la sociedad esa investigación que se ha llevado a cabo; b) Posición como experto. El investigador se da a conocer y promociona así sus conocien-

⁵⁷² AMOEDO, AVELINO: «El consumo de noticias en medios offline sigue en descenso y se iguala al del conjunto de internet», *DigitalNewsReport.ES*, 2018, www.digitalnewsreport.es (3 de julio de 2018).

⁵⁷³ https://iabspain.es/wp-content/uploads/estudio-redes-sociales-2018_vreducida.pdf.

⁵⁷⁴ POLO ROMERO, LUIS ALBERTO: «Arqueonet: I Encuentro de marketing digital para la divulgación del Patrimonio Histórico», *Arqueonet*, 2016, <https://revistas.uam.es> (1 de julio de 2018).

⁵⁷⁵ GOBIERNO DE CANARIAS. «Redes Sociales para inspirar y comunicar ciencia», *Ciencia Canaria*, 2015, www.cienciacanaria.es (10 de julio de 2018).

tos específicos para que los usuarios lo puedan considerar un experto en el ámbito del que hable; c) Consigue apoyo social. Algo fundamental para que el experto pueda disfrutar de compartir sus investigaciones y conocimientos. Esto se genera en un clima de confianza, donde el investigador es capaz de hablar de un tema de manera que se entienda y de facilidades para contactar con él; y d) Conseguir *feedback*. Este cometido es el más importante en las redes sociales, puesto que, al fin y al cabo, estas tienen como principal función la de relacionarse. Se crea comunidad y se comparten distintas opiniones sobre el tema, y puede hacer reflexionar al experto sobre su propia investigación y compartir su opinión.⁵⁷⁶ Además, en el ámbito del patrimonio histórico-cultural y la arqueología, puede usarse como herramienta para que los usuarios puedan dar información sobre hechos relevantes como, por ejemplo, nuevos yacimientos arqueológicos o el descubrimiento de piezas de gran valor arqueológico.

Libre acceso y rápido, en ellas podemos encontrar todo tipo de información y, cómo no, a todo tipo de usuarios. A través de estas redes digitales se puede acceder tanto a usuarios interesados en la materia como a los que no, y a estos segundos hay que engancharlos. Se trata de enseñarles datos nuevos, hacer que sientan curiosidad por aquello que se cuenta y, para ello, la información debe ser de calidad, pero, también, clara y sencilla, que sea comprensible. Además, si quien te lo cuenta es una persona de rigor y con una trayectoria profesional relevante, la información puede resultar más interesante y, sobre todo, creíble. «Ahí está la clave, en el arte narrativo. Hacer comprensible la ciencia y persuadir con éxito a las personas que deseas no es fácil. Supone un desafío, debido a la peculiaridad de sus mensajes: difíciles de interpretar o adaptar y complicados de transmitir de forma atractiva. La idea es llamar la atención y apelar al interés público», explica Javi Polinario en su libro.⁵⁷⁷

Un arqueólogo *community manager*: la importancia de quién lo cuenta

Según el último estudio de *Digital News Report*, en España, «el 48% usa Facebook para leer, ver, encontrar, compartir o comentar noticias a lo largo de la semana». Además, a los usuarios les importa mucho la fuente y, en ocasiones, deciden si leer una información o no a través de las redes sociales dependiendo de quién la cuenta.⁵⁷⁸ A pesar de no contar con más 578 «Me gusta» a día 15 de julio de 2018, la página tiene un alcance mucho mayor, sus publicaciones llegan a más usuarios de los que la siguen debido a la interacción, ya sea mediante compartidos, comentarios o reacciones.

Como el alcance no lo podemos comparar, ya que es algo privado de cada página, hemos valorado la interacción de *LaPalmaAbora*, *El Apurón* y *El Time* frente a la página de Felipe Jorge Pais Pais. En general, la interacción es mucho más alta que la de los

⁵⁷⁶ MORENÉS MARIÁTEGUI, CARLOS: «Redes sociales y ciencia: una pareja que se entiende», *Madridmasd*, 2017, www.madrmasd.org (1 de julio de 2018).

⁵⁷⁷ POLINARIO, JAVI: *Cómo divulgar ciencia...*, op. cit.

⁵⁷⁸ NEGREDO, SAMUEL: «Facebook y WhatsApp siguen liderando en redes, pero YouTube, Twitter e Instagram crecen entre los jóvenes», *DigitalNewsReport.ES*, 2018, www.digitalnewsreport.es (3 de julio de 2018).

medios de comunicación que hemos mencionado, y eso que estos cuentan con mayor número de seguidores que nuestra página. Ahora bien, centrándonos en las noticias relacionadas con patrimonio histórico o cultural, o bien arqueología, comprobamos el mismo efecto. Las publicaciones en la página del arqueólogo cuentan con más movimiento por parte de los usuarios. Hay compartidos, reacciones tanto de «me gusta» como «me encanta», etc., en todos los medios, pero con un nivel elevadamente mayor en la página del experto. En las siguientes capturas de pantalla de la noticia sobre el Parque Arqueológico (P.A.) de El Tendal podemos apreciar cómo se relacionan los internautas con las páginas dependiendo de la fuente:



Fotografía 1. Captura de pantalla de la noticia sobre el P.A. de El Tendal en *El Apurón*.



Fotografía 2. Captura de pantalla de la noticia sobre el P.A. de El Tendal en *El Time*.

Cabe recalcar la diferenciación con respecto a las publicaciones de los periódicos digitales (Fotografías 1, 2 y 3), que se limitan a compartir la noticia en la mayoría de los casos, mientras que el experto cuenta la noticia en sí misma en la propia publicación, permitiendo al usuario estar al mismo nivel que el arqueólogo y sin tener la necesidad de salir de Facebook (Fotografía 4). Aunque el texto sea largo, algo no recomendable para las redes sociales, en esta ocasión, lo hace más personal e interesante para el público. Por otro lado, Jorge Pais profundiza en la información y también da detalles o datos que acercan a los internautas a su discurso, como una especie de crónica.



Fotografía 3. Captura de pantalla de la noticia sobre el P.A. de El Tental en *LaPalmaAhora*.

Fotografía 4. Imagen del facebook de Felipe Jorge Pais Pais



Conclusión

La creación de esta página de Facebook ha ido generando consciencia en los palmeros sobre la importancia de cuidar y conocer nuestro patrimonio cultural e histórico. Ha supuesto un crecimiento del interés acerca de esta temática y un compromiso social mediante la participación en la mejora y el desarrollo patrimonial de nuestra Isla. Por otro lado, también ha permitido llenar ese hueco que existía periodísticamente hablando y, por supuesto, ha provocado que tanto los medios de comunicación locales como los políticos presten más atención a la arqueología y a otros aspectos históricos y culturales de La Palma. Asimismo, el usuario prefiere informarse a través de la voz directa de un experto sin necesidad de salir de la red social en la que se encuentra. Algo que los periodistas locales no ofrecen en La Palma, ya que mayoritariamente se comparte el enlace a la noticia sin más información en Facebook.

El experto ha pasado de ser simplemente una fuente en los medios de comunicación a convertirse en un comunicador experto en su materia. Ha logrado hacer sencillos temas complejos o que pasan inadvertidos en las noticias para contribuir a la mejora del desarrollo de la sociedad. Fomentando el conocimiento sobre nuestra historia y cultura, ganamos todos. Los expertos, la ciudadanía, los periodistas y los políticos.