



**Facultad de Turismo**  
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

## **GRADUADO/A EN TURISMO**

### **TRABAJO FIN DE GRADO**

***ANÁLISIS DE LOS MUSEOS ARQUEOLÓGICOS  
PROVINCIALES DE ESPAÑA. REPUTACIÓN ONLINE E  
INFLUENCIAS TURÍSTICAS.***

Realizado por:

***JENIFER VIANA LORA***

Fdo.:

***Dirigido por:***

***JOSÉ LUIS CARO HERRERO***

Vº Bueno del tutor

Fdo.:

**MÁLAGA, junio 2015**



**TÍTULO:** Análisis de los museos arqueológicos provinciales de España. Reputación online e influencias turísticas.

**PALABRAS CLAVE:** *Arqueología, museo, turismo, reputación online, eWOM, redes sociales, TripAdvisor, Facebook, Google Plus, turismo arqueológico, arqueoturismo, museografía.*

**RESUMEN:**

*En este estudio se ofrece información sobre la reputación online de los museos arqueológicos provinciales que hay en España y analiza las influencias turísticas.*

*Se va a definir el término de Arqueología y la importancia de ésta en el sector turístico, puesto que el turismo arqueológico es también un atractivo para los turistas.*

*En España hay museos arqueológicos provinciales repartidos por todas las provincias. Estos museos tienen presencia en Internet, pero no todos tienen la misma reputación online.*

*Tras definir el término de reputación online, se estudiará el concepto de eWOM, la web de TripAdvisor como generador de contenidos, y las redes sociales centrándonos en Facebook y Google Plus, para mayor comprensión del análisis.*

*Por último, queda representado con datos y gráficas que la presencia es mayor en Facebook que en Google Plus, y que los museos andaluces reciben más opiniones en TripAdvisor que el resto de museos de España.*

## ÍNDICE

Capítulo 1	Introducción.....	1
Capítulo 2	La arqueología .....	3
2.1.	Aproximación al término arqueología .....	3
2.2.	La arqueología como atractivo turístico.....	4
Capítulo 3	Museografía .....	6
3.1.	Museos Arqueológicos Provinciales de España.....	7
Capítulo 4	Reputación Online.....	26
4.1.	Aproximación al término reputación online.....	26
4.2.	eWOM: Qué es y cómo influye.....	27
4.3.	El papel de TripAdvisor como generador de contenidos .....	30
4.4.	Redes sociales: definición, historia y actualidad .....	33
4.4.1.	Facebook.....	34
4.4.2.	Google Plus .....	35
Capítulo 5	Análisis de la reputación online de los Museos Arqueológicos Provinciales de España .....	37
5.1.	Análisis en TripAdvisor .....	37
5.1.1.	Opiniones publicadas en TripAdvisor.....	37
5.1.2.	Puntuación recibida en TripAdvisor .....	38
5.1.3.	Fotos publicadas en TripAdvisor.....	39
5.2.	Análisis en Facebook .....	40
5.2.1.	Nº de seguidores en Facebook.....	40
5.2.2.	Opiniones publicadas en Facebook.....	41
5.2.3.	Puntuación recibida en Facebook.....	42
5.2.4.	Visitas registradas en Facebook.....	43
5.3.	Análisis en Google Plus.....	44
Capítulo 6	Conclusiones.....	46
Capítulo 7	Bibliografía .....	47

## CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

El sector turístico está determinado no sólo por productos y servicios turísticos, sino también por la territorialidad que influye en las actividades de las instituciones como pueden ser los museos.

España, en el primer trimestre de 2015, ha acelerado el crecimiento del PIB en un 0,9%. También, este mismo año, el turismo español ha sido nombrado el más competitivo por el Foro Económico Mundial a nivel internacional. Esta fundación considera que, además de poseer recursos culturales e infraestructuras de gran valor, se ha sabido adaptar a los hábitos de consumo digitales.

Sin embargo, no es fácil de predecir cómo van a evolucionar todas aquellas actividades relacionadas con el turismo, por lo que es difícil de saber cuál será el éxito que pueden llegar a tener a nivel turístico los museos arqueológicos provinciales de este país.

En este estudio vamos a realizar un análisis de la reputación online de aquellos museos de arqueología de todas las provincias de España, centrándonos en tres sitios web con gran presencia en Internet: el sitio web de viajes TripAdvisor, la red social Facebook y la red social Google Plus.

En un pasado no muy lejano eran los profesionales del marketing los encargados de decidir qué promocionar y cómo publicitar aquello que querían dar a conocer, controlando los medios de comunicación. Hoy en día, gracias a las nuevas tecnologías y a la Web 2.0, el turista puede ser el crítico o asesor de aquel museo que ha visitado, e influye en la reputación que posee modificando la imagen con sus comentarios y opiniones en Internet. Por ello, la percepción del museo ya no se va a predecir por las acciones que realice éste, sino que dependerá de los usuarios en la web.

Al saber que la Web 2.0 permite que una opinión escrita por un turista pueda llegar a ser conocida a nivel mundial, se han creado sitios web específicos para encontrar datos, consejos y compartir experiencias. Por lo que se ha pasado del tradicional WOM al presente eWOM (Electronic Word of Mouth).

Si estamos hablando de turismo, el sitio web más significativo en Internet es TripAdvisor.

TripAdvisor, en funcionamiento desde el año 2000, es considerada mundialmente la web de viajes más grande y recibe un comentario por segundo de turistas de todo el mundo. Ya se tiene conciencia de que las

opiniones y puntuaciones otorgadas por usuarios de esta web son cada vez más imprescindibles para futuros viajeros, y tienen mayor influencia en el proceso de toma de decisiones.

Estas recomendaciones hechas por turistas generan más confianza que las realizadas por páginas oficiales. Además, estas recomendaciones también se encuentran en redes sociales.

Las redes sociales son portales en los que se pueden compartir fotos, vídeos, comentarios y opiniones con amigos y conocidos. Facebook es, a día de hoy, la más utilizada en todo el mundo.

Desde 2004, Facebook ha ido evolucionando. Esta red social promueve negocios, funciona como fuente de publicidad e influye en la reputación online de los museos analizados por varias razones:

- Las redes sociales son los sitios web más visitados de Internet y el entorno social es vital ya que los usuarios participan y colaboran en la creación de contenido.

- En esta red social la mayor parte de los usuarios que se han registrado la utilizan activamente. Además, muchos de estos usuarios consideran que Facebook forma parte de su estilo de vida.

- Se puede encontrar contactos, personas, instituciones y negocios de manera más rápida que en el mundo físico.

- Al ser la red social más vista, cualquier información que posea va a estar bien posicionada en buscadores.

- Es considerada una fuente de comunicación directa porque se puede mantener el contacto en cualquier momento desde cualquier país.

- Posee una gran variedad de herramientas que facilitan la comunicación entre usuarios o entre empresas y usuarios.

Otra red social importante, no tanto por ser red social sino por pertenecer a Google, es Google Plus. Google es el motor de búsqueda más utilizado y más importante, y por ello vamos a analizar las influencias turísticas que los museos analizados pueden generar desde Google Plus.

Además del análisis de la reputación online de los museos arqueológicos provinciales de España en TripAdvisor, Facebook y Google Plus que corresponde con el Capítulo 5, vamos a dedicar el Capítulo 2 al término de arqueología y a su importancia turística, el Capítulo 3 a la museografía y a la descripción de los museos arqueológicos, y por último, en el Capítulo 4 nos centraremos en los aspectos más relevantes de la reputación online, explicaremos qué es eWOM, el papel de TripAdvisor y la historia de las redes sociales con especial atención en Facebook y Google Plus.

Tras este estudio y para finalizar, se realizarán unas conclusiones finales.

## CAPÍTULO 2 LA ARQUEOLOGÍA

### 2.1. APROXIMACIÓN AL TÉRMINO ARQUEOLOGÍA

El término arqueología proviene del griego ἀρχαιολογία (archaiología), de los vocablos “archaios” que significa antiguo y “logos” que significa estudio, que traduce ‘leyenda o historia antigua’.

La RAE define arqueología como la “ciencia que estudia lo que se refiere a las artes, a los monumentos y a los objetos de la antigüedad, especialmente a través de sus restos”.<sup>1</sup>

Por lo que podemos hacer una aproximación al término y definirlo como la ciencia encargada del estudio de las sociedades antiguas y humanas a partir de restos materiales que dejaron; principalmente por objetos, monumentos, artefactos u obras artísticas. Estos restos son de gran importancia para reconstruir las etapas del pasado, puesto que en la Prehistoria no existían documentos escritos, y además complementa las fuentes escritas de la etapa histórica. Esto nos permite conocer la vida de pueblos y culturas ya desaparecidas, por lo que se le considera una ciencia auxiliar de la historia y conectada a la antropología.

Por tanto, el papel del Arqueólogo será estudiar las ubicaciones de posibles yacimientos y organizar las metodologías adecuadas de trabajo que le permitan llevar a cabo una excavación o exploración para conseguir diversas muestras o materiales que son trasladados del trabajo de campo al laboratorio, y una vez allí se analizan y restauran si es necesario y se decide si pasan a ser colecciones privadas o donaciones a museo.

La arqueología tradicional trata sobre el estudio de la Prehistoria y de la Era Antigua, pero en las últimas décadas los arqueólogos han abarcado el análisis de períodos más recientes, como la Edad Media y la Edad Moderna. Hoy en día existe otra rama de la arqueología que inspecciona residuos urbanos de tiempos más cercanos, a la que se le llama Arqueología Industrial.

La arqueología ha desarrollado métodos de datación para clasificar los restos encontrados en los períodos a los que pertenecen, y así establecer divisiones cronológicas para ayudar a obtener una visión más íntegra de la evolución de las civilizaciones humanas.

Esta ciencia establece divisiones geográficas para estudiar poblaciones específicas o culturas, ya puede ser toda una región, localidades o incluso yacimientos específicos.

---

<sup>1</sup> Real Academia de la Lengua Española, disponible en: <http://www.rae.es/>

En España encontramos repartidos multitud de yacimientos arqueológicos debido a sus orígenes, ya que por estas tierras anduvieron Íberos y Celtas, Fenicios, Griegos y Cartagineses, Romanos, Visigodos, y Musulmanes, y ello ha dejado una amplia historia en nuestro país. Los yacimientos arqueológicos más antiguos encontrados en nuestro país se considera que son del 30.000 – 50.000 a.C. Y hoy en día contamos con ocho yacimientos y sitios arqueológicos declarados patrimonio de la humanidad.

## 2.2. LA ARQUEOLOGÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO

El Turismo es una de las actividades con mayor importancia ya que genera un desarrollo social, económico y cultural en todo el mundo. La arqueología no ha estado ajena al turismo y es en la actualidad un motivo para viajar.



Figura 1. Amazona Herida (Ecija).  
Foto realizada por Jenifer Viana Lora

El saber de las culturas desde un punto de vista turístico puede traducirse en el respeto por la diversidad cultural, y teniendo en cuenta que la historia es de gran interés para la población, y que la demanda creciente por “consumir” patrimonio arqueológico y cultural es una realidad, se considera que este patrimonio arqueológico es un recurso social, cultural y económico, y sus usos son tanto educativos como comerciales, por lo que va de la mano del turismo. Y por ello es imprescindible su identificación y su estimación social, así como la puesta en valor.

Esto implica que existe una responsabilidad y un compromiso de velar por los bienes culturales tanto materialmente como simbólicamente, y no sólo nos referimos a yacimientos arqueológicos con arquitectura monumental, ni a



objetos de exhibición, sino al conocimiento e interpretación integral contextualizado y relacionado con su entorno, integrados en un sistema cultural, y considerado como único e irrepetible en tiempo y espacio.

Ahora bien, el Turismo Arqueológico o Arqueoturismo puede definirse como una modalidad del turismo cultural, basado en recursos arqueológicos y patrimoniales, que busca promocionar la pasión por la arqueología así como la participación de los visitantes en la observación, conservación y puesta en valor de dichos recursos. Hay que tener en cuenta que el patrimonio nunca ha sido ajeno al turismo, ya que es por ello que se generan desplazamientos de personas con intereses específicos.

Con todo esto, a lo largo del tiempo se han fundado museos arqueológicos provinciales en España, en los que nos vamos a centrar en este trabajo, y al ver la influencia turística que puede llegar a tener en nuestro país nos preguntamos sobre la forma más correcta de difundir estos bienes culturales y la importancia que deriva para las comunidades que lo poseen, ya que refuerza la identidad del lugar. En este sentido, el rol de la comunicación y la difusión es crucial.

España se encuentra entre los principales destinos arqueoturísticos del mundo, ocupando el sexto lugar según un estudio realizado en el año 2009 por la Universidad de Barcelona y la Red Ibertur. A pesar de ello, comparado con otros fenómenos turísticos, el turismo arqueológico sigue estando poco desarrollado. “El turismo arqueológico en España es todavía un reto. Tenemos un gran potencial pero no se le ha dado la importancia de otros destinos del Mediterráneo como Chipre, Egipto, Grecia, Italia o Malta. Es preciso activar nuestro patrimonio arqueológico, que sigue siendo bastante desconocido tanto por la ciudadanía como por los turistas”, explica Jordi Juan Tresserras, profesor asociado de Gestión del Patrimonio y Turismo Cultural de la Universitat de Barcelona y coordinador del portal Arqueotur.org.

Es sabido que una forma fácil de dar a conocer es a través de Internet, por lo que vamos a analizar cómo se ‘venden’ los museos arqueológicos provinciales de España a través de esta herramienta de emisión mundial.

## CAPÍTULO 3 MUSEOGRAFÍA

Puesto que vamos a analizar los museos arqueológicos provinciales de España vamos a empezar definiendo que es la Museografía. Pues bien, la Museografía es la ciencia que se encarga del estudio de los museos. Esta ciencia, al igual que los museos, ha evolucionado a lo largo del tiempo puesto que éstos se han ido diferenciando en categorías cada vez más especializadas. En este trabajo nos centramos en los museos arqueológicos.

La Museografía también se define como una disciplina que relaciona el edificio donde se encuentran las obras, el público al que va dirigido y los objetos expuestos, relacionando éstos con un espacio temporal.

Un museo tiende a activar la cultura del país y realiza, en muchos casos, la función de centro educativo tanto para nacionales como para extranjeros.

Actualmente, el concepto que tenemos sobre museo puede ser el siguiente: aquel lugar donde se guardan, a la vez que se exhiben al público, colecciones de objetos históricos, científicos, arqueológicos, etnográficos, de arte, etc. para su estudio. Pero además, un museo debe manifestar los vínculos que existen entre el pasado arqueológico y el tiempo presente.

Hay que tener en cuenta que cada visitante interpreta el mensaje expositivo de manera diferente, y construye su propia visión en función de sus intereses y competencias previas.

Por tanto, resulta de interés exponer de manera resumida la evolución que han sufrido los museos a lo largo de la historia.

En la antigüedad, las obras de arte se preservaban en santuarios, templos y tumbas. El primer museo conocido lo creó el Rey Tolomeo Filadelfo en Alejandría y data del siglo III a. C. En él se encontraba las obras de arte de los más célebres artistas del momento. Es en este museo donde se localizaba la famosa biblioteca que más tarde fue incendiada durante los disturbios civiles.

Las familias influyentes de Roma compraban y guardaban cuadros y objetos artísticos creando importantes colecciones de arte que podían encontrarse en teatros, baños romanos, foros y jardines. También en Grecia había valiosas colecciones compuestas por pinturas, estatuas, ornamentos de oro, muchos de estos objetos estaban dedicados a los dioses y se encontraban en templos.

En la Edad Media los objetos se exponían con el fin de mostrar una leyenda. Es en este momento cuando las catedrales e iglesias se convirtieron en museos, donde se guardaban manuscritos, joyas, estatuas y reliquias de santos. Estas colecciones no seguían ningún orden.

Durante el Renacimiento se redescubrió las culturas clásicas griega y romana y cambió el concepto de coleccionismo. Se orientó a los museos hacia

el carácter científico que poseen hoy en día, con sus estudios sistemáticos de estilos y artistas.

Entre el siglo XVI y XVII las monarquías europeas y parte de la burguesía crean interesantes colecciones. A mediados del siglo XVIII surgieron las colecciones públicas ya que multitud de colecciones particulares pasaron a ser de los Estados.

En la actualidad, los museos tienen varias competencias; además de recoger y ordenar colecciones y custodiarlas, las clasifican, mantienen, restauran y realizan estudios. Otro cambio que sufrió el museo, en parte por su importancia turística, es que cuentan con tiendas, bibliotecas y centros de investigación.

### **3.1. MUSEOS ARQUEOLÓGICOS PROVINCIALES DE ESPAÑA**

Hay museos arqueológicos repartidos por todo el territorio español, y en este apartado vamos a hablar de los museos de esta especialidad que hay en cada provincia.

En Andalucía hay ocho museos provinciales, uno por cada provincia.

El Museo Provincial de Huelva se localiza en la Alameda Sundheim. En los años 40 se intentó dotar a Huelva de un museo de arqueología, tras el nombramiento del ingeniero D. Carlos Cerdán Márquez como comisario de actividades arqueológicas en la provincia. El museo tenía su sede en un edificio cedido por el Puerto de Huelva, hasta el año 1973 cuando se inaugura el actual edificio. Don Mariano del Amo fue el primer director del nuevo Museo Provincial de Huelva.

En Sevilla, el Museo Arqueológico Provincial fue fundado como resultado del Decreto de 1867 sobre Museos Arqueológicos, en ese momento llamados Museos de Antigüedades. La Junta de Museos de Sevilla y la Comisión Provincial de Monumento intervino en la creación del museo. La colección principal estaba integrada por los hallazgos encontrados en las excavaciones de Itálica, que fueron reunidos en el año 1780 por Don Francisco de Bruna en la galería de acceso a los Reales Alcázares.

En 1867 se fundó oficialmente el Museo Arqueológico Provincial de Córdoba que compartía sede con el Museo de Bellas Artes.

En 1960 se traslada al Palacio Renacentista de los Páez de Castillejo que data del siglo XVI y está asentado sobre las ruinas del antiguo teatro romano de la ciudad. Dos años después se declaró Monumento Histórico

Artístico, tanto la colección como el edificio. Desde entonces, el Museo Arqueológico de Córdoba se ha arraigado como uno de los museos de esta tipología más completos de España y ha dado lugar a la creación de una revista científica "Corduba Archaeologica", la construcción de una biblioteca especializada y la creación del Servicio de Investigación de Arqueología Urbana.

El museo posee varias salas y obras singulares como el León ibérico de Nueva Carteya, Afrodita agachada y Mitras de Cabra.

El Museo Provincial de Jaén se estructura en dos secciones principales: la primera dedicada a la Arqueología, que presenta una trayectoria desde la Prehistoria hasta la cultura Hispano-musulmana, pasando por la Cultura Ibérica, la Romana, la Visigoda y la Paleocristiana. La segunda sección es de Bellas Artes y se dedica a pinturas y tallas de la Baja Edad Media al siglo XVII, obras de la pintura francesa del siglo XVII, pero primordialmente sus fondos se especializan en el siglo XIX y XX, incluyendo una selección de grabado contemporáneo.

El Museo Arqueológico Provincial de Almería fue creado en marzo de 1933 por Decreto del Presidente de la República, Niceto Alcalá Zamora y Torres, a instancias de la Excm. Diputación Provincial. El origen de su colección fue por un lado fondos propios de la Comisión Provincial de Monumentos de Almería, y por otro, la donación de Luis Siret, antecesor de la institución. El título del museo se complementó con el nombre de "Luis Siret" en homenaje a su memoria.

El museo compartía sede con la Escuela de Artes y Oficios, y más tarde con un Instituto de Enseñanza Secundaria. El Ministerio de Cultura decidió construir un nuevo edificio que fue ubicado en el mismo solar tras la demolición de la antigua sede, y en marzo de 2006 el Museo de Almería abrió sus puertas al público.

En España, uno de los primeros Museos Arqueológicos que se fundó fue el de Granada en 1879 y contaba con una sección de Arqueología y otra de Bellas Artes. Entre los años 1842 y 1879 era un Gabinete de Antigüedades que dependía de la Comisión de Monumentos de Granada, bajo custodia del ilustre pintor Manuel Gómez-Moreno González, que también fue el encargado de recoger los primeros restos de la antigua ciudad emiral-califal de Medina Elvira del siglo VIII-XI y otros restos de distintas épocas.

La Junta de Andalucía asumió las competencias de este museo en 1984. En la actualidad se está remodelando y apuestan por la aplicación de novedosos medios multimedia con el fin de permitir la comprensión de los objetos y las etapas históricas a los visitantes de cualquier nivel cultural, y también enfocado a escolares.

En el año 1947 fue creado por Decreto el Museo Arqueológico Provincial de Málaga y fue inaugurado en 1949, con sede en el palacio-fortaleza medieval de la Alcazaba de Málaga. Sus principales promotores fueron Simeón Giménez Reyna, Comisario Provincial de Excavaciones Arqueológicas, y Juan Temboury Álvarez, Delegado Provincial de Bellas Artes.

La exposición permanente del museo se asentó en las estancias palaciegas, mientras las torres defensivas y el barrio de viviendas se usaban como talleres y almacén. La colección arqueológica formada por los Marqueses de Casa-Loring en el siglo XIX, así como los fondos arqueológicos del entonces Museo Provincial de Bellas Artes y otros yacimientos arqueológicos de la provincia fueron integrados en su colección. La colección va desde la Prehistoria hasta el período islámico, algunos ejemplos son los siguientes: ocupación prehistórica y arte rupestre, como La Cueva de la Pileta y la Victoria; período megalítico, como la de Alcaide; objetos fenicios; colección romana de esculturas y piezas funerarias, con origen en Cártama; y elementos de lugares medievales, tales como la Alcazaba de Málaga.

Los inicios del Museo de Cádiz se remontan al siglo XIX, cuando se crearon los llamados museos provinciales de Bellas Artes en el año 1852 y Arqueológico en el año 1887.

El Museo Provincial de Bellas Artes acoge las piezas artísticas derivadas de los conventos exclaustrados, y el Museo Provincial Arqueológico cuenta con los hallazgos arqueológicos, tras la aparición del sarcófago antropoide masculino en el extrarradio de Cádiz.

Hoy en día, desde que fue unificado en 1970, cuenta con tres secciones: Arqueología, Artes y Etnografía. Además, está declarado Bien de Interés Cultural.

En la Región de Murcia hay un Museo Arqueológico Provincial.

El Museo Arqueológico Provincial de Murcia alberga una de las colecciones de arqueología ibera más íntegras del país con piezas procedentes de diferentes yacimientos de la Región de Murcia.

La exposición permanente se compone de dieciséis salas, en las que se plantea un recorrido por la Prehistoria, desde el Paleolítico hasta la Edad de Bronce. Así como las numerosas muestras de arte ibero, destacan las piezas de El Algar encontradas en diversos yacimientos de la región, que datan de 1900-1400 a.C. Posee una sala de exposiciones temporales sobre arqueología, así como talleres didácticos y pedagógicos.

En Extremadura encontramos museos de esta especialidad en ambas provincias.

El Museo Provincial de Cáceres se localiza en dos edificios históricos; La Casa de los Caballos y la Casa de las Veletas. Ocupando el solar donde se asentó el alcázar almohade, del que conserva el aljibe, uno de los mejores conservados de España. Está instalado alrededor de un amplio patio de planta cuadrada. La casa fue remodelada en el siglo XVIII por Don Jorge de Cáceres y Quiñones. Es de esta época las gárgolas, los remates de cerámica esmaltada y los grandes escudos de la fachada principal.

El museo contiene cinco salas de arqueología que permiten hacer un trayecto por el Paleolítico, la Edad de Cobre, la de Bronce, la cultura prerromana y la romana, así como por su sección de etnografía. Este museo también posee piezas de orfebrería religiosa, esculturas, pinturas y grabados.

La actual sede del Museo Arqueológico Provincial de Badajoz se localiza en el interior de la alcazaba islámica, en el Palacio de los Duques de la Roca. Este inmueble fue construido en el siglo XVI por la familia noble de los Suárez Figueroa. Posee un patio central y conserva algunos elementos mudéjares. El museo fue fundado por la Comisión Provincial de Monumentos en 1867, institución que surgió por la necesidad de proteger el patrimonio histórico y artístico procedente de la desamortización.

El museo se ha singularizado a lo largo del tiempo por ser la institución museística encargada de recoger, preservar y presentar los restos arqueológicos de la provincia. Sus fondos engloban más de 20.000 obras que representan la presencia humana en el territorio provincial desde sus primeras manifestaciones hasta la actualidad. La cantidad y la calidad de sus fondos componen una considerable colección arqueológica.

En la Comunidad Valenciana la Arqueología es una actividad bastante explotada.

El Museo Arqueológico Provincial de Alicante, también conocido como MARQ, fue un proyecto que prosperó con la idea de ser el primer museo dedicado a la arqueología del siglo XXI. Se centra en modernizar el clásico sistema de exposición, transmitiendo los orígenes de civilizaciones pasadas de manera más didáctica, pero a la vez, rigurosamente.

El museo posee tres salas; la de Campo, la Urbana y la Subacuática. En ellas se puede ver las técnicas arqueológicas que se utilizan a través de audiovisuales, escenografías e interactivos. Además, se exponen muestras temporales en sus espacios expositivos y posee las instalaciones necesarias para desarrollar tareas de conservación, investigación, catalogación, restauración y divulgación.

Las áreas expositivas se relacionan por bloques temáticos, pudiendo realizarse un recorrido histórico con minuciosa información por las salas permanentes que van desde la Prehistoria hasta la Edad Moderna y Contemporánea, pasando por la Cultura Ibera, la Cultura Romana y la Edad Media, pudiendo ver diversas piezas arqueológicas, yacimientos, etc.

Es destacable que el MARQ tiene una fuerte presencia en la red y posee una página web muy completa y detallada.

En 1927 se creó el Servicio de Investigación Prehistórica de la Diputación de Valencia y su Museo de Prehistoria con el fin de difundir el patrimonio arqueológico de la provincia, además de investigarlo y conservarlo. Se puso en marcha un trabajo de campo en yacimientos arqueológicos en los que descubrieron materiales con los que crearon unos fondos cuyo valor científico y patrimonial hacen que el museo sea uno de los más importantes de España.

El museo está ubicado en la antigua Beneficencia desde el año 1982 y fue en el año 1995 cuando se abrió al público las Salas de Prehistoria, Cultura Ibérica y Mundo Romano además de una biblioteca especializada. Las salas de exposiciones temporales se encuentran en la planta baja, así como el salón de actos (antigua iglesia bizantina), los laboratorios de restauración, los almacenes, la tienda y la cafetería del museo, etc.

En la primera planta están situadas las salas dedicadas al Paleolítico, al Neolítico y a la Edad de los Metales.

En la segunda planta se exponen materiales de la Cultura Ibérica y del Mundo Romano.

La musealización no se acota a las salas permanentes del propio museo, sino que se amplía a los yacimientos arqueológicos que están en proceso de excavación.

La actual sede del Museo Provincial de Castellón se inauguró en el año 2001 en la Avenida de los Hermanos Bou. Es un museo de Bellas Artes con más de 150 años de vida, cuyo contenido se encuentra ordenado temáticamente. Posee tres secciones: la de Pintura, la de Cerámica y la Arqueológica.

La sección Arqueológica están expuestas las piezas halladas en la provincia, del período Paleolítico hasta la Edad Media.

En Aragón vamos a hablar sobre los Museos Arqueológicos de Zaragoza, Huesca y Teruel.

La sede del Museo Provincial de Zaragoza se sitúa en la Plaza de los Sitios. Fue construido con motivo de la Exposición Hispano- Francesa de 1908 conmemorativa del centenario de los Sitios de la ciudad. En marzo de 1962 fue declarado monumento histórico-artístico.

El museo se encuentra dividido en dos grandes secciones: Arqueología y Bellas Artes. El patrimonio arqueológico expuesto se compone por multitud de objetos de diversas culturas, desde la Prehistoria hasta la época musulmana, por ser el centro receptor de todas las actividades arqueológicas que se realizan en la provincia.

Destacan varias placas de bronce con inscripciones latinas e ibéricas, una cabeza de Augusto procedente de Tarazona, y restos arquitectónicos del Palacio de la Aljafería.

El Museo de Huesca tiene como sede el edificio de la antigua Universidad Sertoriana, contiguo a lo que se conserva del Palacio de los Reyes de Aragón. Ambos inmuebles son de gran interés histórico y arquitectónico.

El museo posee ocho salas de exposición permanente, cuatro para la Sección de Arqueología y las otras cuatro para la Sección de Bellas Artes. Además cuenta con otras tres estancias en el Palacio de los Reyes de Aragón destinadas a exposiciones temporales.

A través de estas salas se descubre la historia de la provincia con un recorrido que va desde la Prehistoria hasta el siglo XX. Como hecho novedoso se han destacado varias piezas relacionadas con el mundo funerario.

El Museo Provincial de Teruel tiene su sede en el antiguo edificio de la Casa de la Comunidad, inmueble que fue construido en la segunda mitad del siglo XVI. Esta institución cultural se creó con la finalidad de investigar, conservar y difundir el patrimonio cultural turolense.

Casi la totalidad del museo está ocupado por el área de exposición permanente, que está dividido por varias secciones; una de ellas la de Arqueología, que tiene una amplia perspectiva de aquellos vestigios que han sido localizados en el territorio provincial. En ella están expuestos los objetos y las piezas que van desde la Prehistoria hasta los reinos cristianos, pasando por la cultura ibera, romana, visigoda y árabe.

En la Comunidad de Castilla y León vamos a centrarnos en los nueve museos arqueológicos que hay, uno por cada provincia.

En junio de 1869 se inauguró el Museo Arqueológico Provincial de León, organizado por la Comisión de Monumentos tras la creación de una colección con piezas arqueológicas procedentes del Convento de San Marcos. Es, pues, uno de los museos más antiguos del país.



Actualmente el museo tiene dos instalaciones en la ciudad: el edificio 'Pallarés' que corresponde a su sede central, y su anexo monumental o sede histórica en el Convento de San Marcos.

Por otra parte, en el municipio de Villaquilambre, hay un anexo arqueológico conocido como la villa romana de Navatejera.

Las colecciones que están expuestas están formadas por piezas históricas de la actividad humana en León, que recogen la historia del Paleolítico, el Neolítico, la Edad de Bronce y hasta la actualidad. Entre ellas, destacan los testimonios de la época romana y de la Edad Media, además de las secciones numismática y epigráfica. También son de importancia que las obras del siglo X del Medievo.

El Museo Arqueológico Provincial de Zamora eligió como sede definitiva El Palacio del Cordón, un inmueble que data del siglo XVI y se localiza en el casco antiguo de la ciudad. El objetivo de este museo es enseñar al visitante la evolución histórica que ha tenido lugar en la provincia.

Hay diferenciadas dos secciones: por un lado Bellas Artes, con una notable colección de pinturas y esculturas de los siglos XIV al XX. Además, existe una sala dedicada a la historia de la ciudad de Zamora.

Por otro lado la Sección de Arqueología, donde se exponen las piezas arqueológicas desde la Prehistoria a la Edad Moderna.

El Museo Provincial de Salamanca está ubicado en la Casa de los Álvarez Abarca o de los Doctores de la Reina desde 1948, actual sede. Aunque el museo se creó en 1848, cien años antes.

Su sede es un edificio tradicional de la arquitectura salmantina que data del siglo XVI.

El museo tiene tres secciones: una de Arqueología, otra de Bellas Artes y la última de Etnología. La más extensa de las tres es la de Bellas Artes, mientras que las otras dos, de menor tamaño, son renovadas periódicamente.

La Casa del Cordón es la sede del Museo Arqueológico Provincial de Palencia, y constituye uno de los pocos ejemplos de arquitectura renacentista de la ciudad.

Este museo posee una variada muestra de objetos y piezas arqueológicas extraídas en excavaciones realizadas en la provincia. Estas valiosas piezas corresponde a las épocas que van desde la Prehistoria a. Medievo, muchas de ellas de la época romana. Destacan los mosaicos romanos y los pequeños bronce expuestos.

El recorrido de este museo comienza en el sótano y va hacia arriba a través de una escalera casi espiral. En el sótano se encuentra un aula para talleres con los más pequeños de la casa, además de una sala en la que se proyecta un video que enseña la historia palentina.

El Museo Provincial de Valladolid se creó en el año 1879 como Museo Provincial de Antigüedades y se ubicó en el Palacio de Santa Cruz. Desde 1967 tiene su sede en el Palacio de Fabio Nelli y acoge las más interesantes muestras artísticas e históricas de la provincia. Es un inmueble del siglo XVI con arquitectura vallisoletana, que fue residencia del influyente banquero Fabio Nelli.

Este museo posee dieciocho salas que se encuentran diferenciadas en dos secciones: Arqueología y Bellas Artes.

Los objetos que abarcan desde el Paleolítico hasta la Alta Edad Media se encuentran en la sección de Arqueología. Todas las piezas que se exponen en el museo han sido encontradas en la provincia de Valladolid.

La sección de Bellas Artes tiene un espacio que está dedicado a la historia de la provincia de Valladolid.

El Museo Provincial de Ávila está ubicado en dos edificios monumentales de la ciudad, la antigua iglesia de Santo Tomé el Viejo y la Casa de los Deanes, situados ambos en la Plaza de Nalvillos.

El recorrido comienza en la Casa de los Deanes, que es un palacio renacentista del siglo XVI. Aquí se encuentra la exposición permanente dividida en tres secciones: la primera está destinada a la cultura rural abulense, la segunda expone una panorámica de la historia provincial desde la Prehistoria hasta el siglo XIX, y la última es la sección de la Ciudad y muestra diversas piezas arqueológicas encontradas en excavaciones urbanas.

En la Iglesia de Santo Tomé se encuentra un almacén visitable donde se pueden observar mosaicos y estelas funerarias romanos, elementos arquitectónicos y funerarios de las edades Media y Moderna, etc.

El Museo Provincial de Burgos nació gracias a la labor realizada por la Comisión Provincial de Monumentos, tras encargarse de custodiar aquellos bienes de valor artístico que pertenecían a iglesias, monasterios y conventos de la provincia que quedaron afectados por las leyes desamortizadoras de 1835. Se constituyó en dos casas nobles del siglo XVI.

En la Casa de Miranda, palacio renacentista del siglo XVI, se encuentra la sección de Prehistoria y Arqueología. Aquí se exponen objetos paleolíticos procedentes de Atapuerca, así como de las necrópolis de la Edad de Hierro y los romanos de la ciudad de Clunia.

En el edificio colindante de la Casa de Angulo, del mismo siglo, está el apartado de Bellas Artes, con una interesante colección que abarca desde la época mozárabe hasta la actual.

El Museo Arqueológico Provincial de Soria, llamado Museo Numantino de Soria, surgió de la unión de los museos Provincial y Numantino.

En 1980 el Museo Numantino fue reformado y actualmente posee un amplio catálogo de piezas que representan la evolución cronológica de la historia de la provincia, desde el Paleolítico Inferior hasta la Edad Moderna. Además, tiene una sección específica que se dedica a la cultura celtibérica, y se encuentra estructurada en tres periodos: Antiguo, Pleno y Tardío.

En el museo destaca un alfabeto árabe medieval, materiales indígenas y cerámicas pintadas de Numancia.

El Museo Provincial de Segovia se creó en 1842, y está ubicado desde 1997 en una fortificación de la muralla conocida como Casa del Sol. El museo posee como filial al Museo Zuloaga, cuya sede se localiza en una de las iglesias románicas de más rica decoración de Segovia, la iglesia de San Juan de los Caballeros.

El museo cuenta con tres secciones: Etnología, Bellas Artes y Arqueología, y tiene expuestas más de 1.500 piezas que provienen tanto de la provincia como de la capital.

De su colección hay que destacar los mosaicos romanos, una importante colección de monedas, esculturas religiosas y cristales y vidrios de la Real Fábrica de La Granja de San Ildefonso, entre otros.

En la Comunidad de Navarra hay un único museo con importancia arqueológica.

El Museo Provincial de Navarra nació en 1910 de la mano de la Comisión Provincial de Monumentos y está ubicado en Pamplona. Es gestionado la Institución 'Príncipe de Viana'.

La colección está dividida en las siguientes secciones: Prehistoria, cultura ibérica, cultura romana, arte paleocristiano y visigodo, cultura musulmana y hebrea, cultura medieval, gótico, Renacimiento y siglos XVIII al XX.

En Castilla La Mancha hablaremos sobre los museos más destacables.

Con respecto a la arqueología en Toledo encontramos dos museos importantes:

Uno de ellos, el más innovador, es el Museo Arqueológico Virtual de Toledo (MAVIT). Surgió en el 2013, y es una aplicación informática que permite la búsqueda de objetos arqueológicos de la provincia anteriores al siglo XVII. Su creación fue inspirada por la falta de un museo físico provincial de arqueología en Toledo. Con esta iniciativa se buscaba la divulgación del patrimonio toledano, sin ánimo de lucro.

Por otro lado, el Museo de Santa Cruz es uno de los más representativos. Nació en el año 1961 y actualmente acoge las obras procedentes del Museo Parroquial de San Vicente y del antiguo Museo Arqueológico Provincial. Su sede es el Hospital de Santa Cruz que data del siglo XVI.

Aunque es de titularidad estatal, el museo está gestionado por la Junta de Castilla la Mancha desde el año 1984.

Su colección permanente está dividida en tres: Arqueología, Artes Industriales y Bellas Artes.

La colección de Arqueología posee obras del periodo celtibérico, romano, visigodo, árabe y mudéjar. Muchas de estas piezas se encuentran expuestas en un patio que se sitúa al este del edificio. Destacan piezas visigodas, mosaicos romanos y restos celtibéricos entre otros.

El Museo Arqueológico Provincial de Ciudad Real se creó en el año 1976 por Real Decreto. Se construyó un edificio para instalar la colección que, tras remodelaciones, finalmente fue abierto al público en 1995.

En su interior, con escasa luz y espacio reducido, se encuentran las secciones de Bellas Artes y Arqueología. Repartidas en sus cinco plantas están expuestas las obras. Además cuenta con una Biblioteca y un laboratorio para las labores de restauración.

En la sección de Arqueología se puede realizar un recorrido cronológico que comienza en los primeros momentos de la humanidad con la creación del fuego hasta la época medieval, pasando por restos fenicios y griegos, de la Edad Media, de la época romana, etc.

Además este museo posee una exposición Paleontológica llamada "Hace Tres Millones de Años".

El Museo de Guadalajara es el museo provincial más antiguo de España. Se fundó en el año 1838, y su actual sede se encuentra en el edificio del Palacio del Infantado desde el año 1973. Este imponente inmueble es una joya arquitectónica que data de finales del siglo XV.

Posee una exposición permanente llamada "Tránsitos", donde se exponen las piezas más importantes de sus colecciones de Bellas Artes, Arqueología y Etnografía. Esta exposición se inauguró en 2007 y busca

enseñar de una manera innovadora la vida, la muerte y la religiosidad de los antepasados que han habitado en Guadalajara a lo largo del tiempo, desde el Paleolítico hasta el siglo XX.

Destacan las obras de Alonso Cano, restos celtibéricos y medievales, entre otros, que ilustran el tránsito de las diversas culturas por la provincia de Guadalajara.

El Museo Provincial de Cuenca tiene su sede en la Casa del Curato y actualmente está trabajando para una pronta remodelación y modernización del edificio y de la exposición permanente.

Dispone de una colección de arqueología, que se expone en las tres plantas de exposición permanente, y otras colecciones de Etnología y Bellas Artes que no se exponen al público actualmente.

Se puede realizar un recorrido en el tiempo comenzando por la Prehistoria y hasta la época Moderna, pasando por la Edad de Hierro, la Romanización, el periodo Tardorromano, la época Visigoda y la Medieval.

Desde el año 1978 el Museo Provincial de Albacete tiene su sede en el edificio de 'arquitectura orgánica' que fue construido a finales de la década de los sesenta. Está situado en el interior del Parque de Abelardo Sánchez. Este museo se divide en dos: el Museo de Bellas Artes de Benjamín Palencia y el Museo Arqueológico Provincial de Albacete.

El museo diferencia tres colecciones; la de Arqueología, la de Etnología y la de Bellas Artes. La sección de Arqueología empezó a constituirse en el siglo XIX y actualmente es la colección con mayor número de piezas del museo.

Esta colección se compone por objetos arqueológicos de la Prehistoria antigua, de la Prehistoria reciente, de la Protohistoria, de la época Romana, de la época Medieval y de la época Moderna, construyendo así un recorrido cronológico con el que conocer la historia de la provincia de Albacete.

En La Rioja encontramos un museo de esta especialidad.

El Museo de La Rioja surgió, como muchos de los museos provinciales en España, tras la Ley de Desamortizaciones de Mendizábal. La Comisión de Monumentos de La Rioja se hizo cargo de las obras y de los inmuebles, y veló por la conservación de las colecciones.

Actualmente el museo tiene más de tres mil metros cuadrados de superficie donde están expuestas las colecciones. Este espacio se encuentra dividido en dos: el edificio del Palacio de Espartero y un edificio nuevo.

Las piezas arqueológicas que posee son hallazgos de varias épocas. Del Paleolítico y el Neolítico hay piezas arqueológicas extraídas en el Monte Cantabria de Logroño, de la Edad del Bronce hay que resaltar los vasos campaniformes del dolmen de la Unión en Clavijo, de la Edad del Hierro hay hallazgos encontrados en excavaciones realizadas en 1945, de la época de Romanización hay monedas ibero-romanas, y también se encuentran materiales arqueológicos de yacimientos medievales.

En la Comunidad Autónoma de Asturias hay un museo provincial sobre arqueología.

Desde 1952 el Museo Arqueológico Provincial de Asturias se encuentra ubicado en el antiguo claustro del Monasterio de San Vicente de la ciudad de Oviedo, que fue declarado Bien de Interés Cultural en 1934.

La colección del museo se compone principalmente por las piezas y los restos arquitectónicos que durante el siglo XIX reunió la Comisión de Monumentos. También se realizaron donaciones de colecciones particulares como las realizadas por los herederos del Conde de la Vega del Sella. En 1960 y hasta 1970 la Diputación de Oviedo realizó compras de antigüedades arqueológicas, como monedas y armas de colecciones privadas.

Las piezas arqueológicas de este museo se encuentran en proceso de estudio, y además están siendo investigadas por varias universidades de la provincia asturiana. Se ha realizado una catalogación por épocas de las obras arqueológicas expuestas con la finalidad de reflejar la historia de Asturias y conservar su patrimonio.

En Cantabria la arqueología está concentrada en un museo.

La provincia de Cantabria es conocida por el arte rupestre que hay en sus cuevas, pero además tiene un importante museo. El Museo Arqueológico de Cantabria está ubicado en el centro de la ciudad, en un edificio situado en el Mercado del Este de Santander, que fue construido entre 1839 y 1842. Este inmueble tiene la categoría de Bien de Interés Cultural desde 1986.

El museo se fundó en el año 1926 y quince años después se trasladó al edificio de la Diputación Regional. Más tarde, en 2008, tuvo que cerrarse al público para trasladarse a las dependencias del Centro de Investigación y a su actual sede en el Mercado del Este, que fue abierto en 2013.

Este museo cuenta con un espacio expositivo de dos mil metros cuadrados, donde se encuentra su exposición permanente. Esta exposición posee resto de yacimientos conocidos como La Garma o Altamira. Cuenta con piezas valiosas como útiles de piedras y arte mueble, objetos de la época romana, y, de la colección medieval, destaca el broche de cinturón en marfil de Santa María de Hito.

En las Islas Baleares nos encontramos el Museo de Mallorca.

El Museo de Mallorca se localiza en una casa palacio conocida como Casa de la Gran Cristiana, que fue construida en el siglo XVI. El inmueble conserva parte de su estructura pentagonal de época barroca. Es aquí donde se encuentra su sede principal, con una sección de Arqueología y otra de Bellas Artes, pero además tiene otras dos subsedes.

La subsede en Muro, abierta al público desde 1965, posee una sección de Etnología. En este edificio del siglo XVII se exponen parte de los fondos que permiten conocer la Mallorca preturística.

En la subsede en Alcúdia, creada en 1987, se encuentra la sección de arqueología romana, más conocida como Museu Monogràfic de Pollentia por su vínculo con los restos de esta ciudad romana.

En Cataluña hablaremos de los museos de Tarragona, Barcelona, Gerona y Lleida.

En la provincia de Tarragona se encuentra el Museu Nacional Arqueològic de Tarragona, siendo éste el más antiguo de Cataluña en su especialidad. Se creó a principios del siglo XIX y estuvo asentado en la Plaza de la Font durante cien años, pero actualmente se encuentra en edificio de nueva planta desde 1960. En el subsuelo de este edificio se ha conservado una parte de la muralla antigua.

Sus fondos se crearon con colecciones de los siglos XVI, XVII y XVIII. La gran parte de las obras arqueológicas provenían de trabajos de urbanización, de aportaciones particulares y de hallazgos casuales, pero este hecho se verá afectado con las excavaciones metódicas que Joan Serra i Vilaró llevará a cabo en el Foro de la Colonia y en la Necrópolis Paleocristiana.

Desde 1982, con la creación del Servicio de Arqueología de la Generalitat, las intervenciones arqueológicas son prácticamente la única fuente de ingresos de este museo, lo que provoca un abundante incremento de piezas procedentes de excavaciones en Tarragona así como en sus cercanías.

Este museo pretende explicar el proceso de romanización de la Península Ibérica, conservando y difundiendo sus testimonios materiales.

En Barcelona, y más concretamente en Montjuïc, se encuentra la sede principal del Museu d'Arqueologia de Catalunya. Se fundó en 1932 y está ubicado en el antiguo Palacio de Artes Gráficas, un edificio de estilo renacentista de la Exposición Universal de 1929.

Las colecciones arqueológicas que posee, que durante el siglo XIX fueron recuperadas por instituciones como la Comisión Provincial de

Monumentos o la Real Academia de les Bones Lletres de Barcelona, provienen de diversas procedencias.

En el año 1879 se creó el Museo Provincial de Antigüedades por parte del Estado. En 1882 se crean instalaciones museísticas en el Parque de la Ciutadella, y en 1915 fueron fundados los museos de Arte y Arqueología que se ubicaban en el actual Parlament de Catalunya. Hasta que finalmente, en 1932, la Generalitat republicana constituye el Museu d'Arqueologia de Catalunya, donde están expuestas las obras arqueológicas de Cataluña.

Estas colecciones ilustran la evolución desde la Prehistoria hasta la época medieval, pudiendo ver piezas arqueológicas de los orígenes, de las colonizaciones, así como objetos de los íberos, los romanos y los visigodos.

En Gerona hay otra sede del Museu d'Arqueologia de Catalunya, que tiene su origen en el Museo Provincial de Antigüedades y Bellas Artes. La Comisión Provincial de Monumentos lo fundó en el año 1846, por lo que es uno de los más antiguos de la Comunidad Autónoma. Actualmente está ubicado en el Monasterio de Sant Pere de Galligants desde el año 1857, edificio de estilo románico catalán.

Las piezas arqueológicas que se incorporaron en el museo una vez fundado procedían de excavaciones que había realizado la Comisión de Monumentos en 1846, así como las inscripciones y esculturas romanas de la ciudad de Gerunda (Gerona) encontradas en las obras que se habían realizado en la ciudad en ese momento con el fin de recuperarse de los daños producidos en la Guerra de la Independencia.

Durante el siglo XIX se incorporaron los conjuntos de epigrafía medieval de la ciudad. También ingresaron colecciones arqueológicas provinciales.

Este museo representa la actividad humana, desde el Paleolítico hasta la época Tardorromana, con un recorrido cronológico de aproximadamente 45 minutos.

Con respecto al mundo de la arqueología en Lleida, nos encontramos con el considerable Museo Arqueológico del Instituto de Estudios Ilerdenses.

Este museo se encuentra en el antiguo hospital de Santa María, un edificio que data del siglo XVI y cuya conservación es de las mejores del gótico civil. Desde su creación, en 1942, se ha centrado en promover e impulsar la investigación y el estudio de la provincia.

En la Comunidad Autónoma de Galicia hay cuatro museos, uno por provincia, de esta especialidad.



El Museo Arqueológico e Histórico de A Coruña se encuentra en una antigua fortaleza construida en el siglo XVI para defender la ciudad, el Castillo de San Antón. Fue inaugurado en el año 1968 y fue declarado monumento histórico-artístico desde 1994.

El museo posee objetos de arqueología de gran valor, que muestran la historia de Galicia desde sus orígenes hasta la edad moderna.

Este museo está dividido en varias zonas donde están expuestas las colecciones: la planta baja, la planta alta, el patio superior, la terraza superior, la Casa del Gobernador y la capilla del castillo.

En el año 1932 se creó el Museo Provincial de Lugo, y veinticinco años después fue instalado en las dependencias del antiguo convento de San Francisco de Lugo y un nuevo edificio. Estas instalaciones se ampliaron más adelante para salvaguardar la colección del Museo Nelson Zúmel.

En la actualidad, el museo tiene cinco mil metros cuadrados de superficie destinados a exposiciones, y otros cien donde se encuentran la Biblioteca, los almacenes, las oficinas, etc.

Alberga tres plantas con treinta y dos salas en las que se exponen las colecciones; la planta baja recoge obras de epigrafía romana y medieval, relojes de sol y piezas de piedra.

En la primera planta se encuentra la Sala de Prehistoria y Arqueología con piezas arqueológicas del Paleolítico y del resto de los periodos hasta la romanización, así como colecciones de cerámica, vidrio, numismática y medallística. En otras salas hay fondos de arte gallego con pinturas del siglo XIX, así como obras de arte moderno y contemporáneo.

En la segunda y tercera planta se realizan exposiciones temporales.

En Ourense el museo surgió en el año 1845, pero fue en 1895 cuando la Comisión Provincial de Monumentos Históricos y Artísticos determinó crear el Museo Arqueológico Provincial de Ourense con la finalidad de salvaguardar las obras arqueológicas de la provincia.

Este museo se instaló en el Palacio Provincial y al año siguiente fue abierto al público. A partir de este momento se amplió el número de colecciones rápidamente y se tuvo que realizar un traspaso de estas obras al Centro Provincial de Instrucción, donde compartía edificio con la Biblioteca Pública y el Instituto de Enseñanza Secundaria.

En el año 1927 se produjo un incendio que causó la pérdida de los fondos de la Biblioteca y de una parte de los del museo, por lo que se realizó un nuevo traslado con estas obras en mal estado a un nuevo local impuesto por la Administración del Nuevo Estado.

Actualmente y desde 1951 está asentado en el Antiguo Palacio Episcopal, un inmueble del siglo XII.

Las colecciones más destacadas son la Prehistórica, la de cultura Castreña, la del Mundo Galaico-romano, la de Arqueología Prerrománica y Medieval, y la de Bellas Artes.

El Museo de Pontevedra se creó a finales de 1927 por la Diputación Provincial, y un año después se ubicó en un edificio del siglo XVIII del centro histórico de la ciudad.

Es caracterizado porque no sólo ha crecido en contenido, sino también en continentes. A lo largo del tiempo se han ido ampliando el número de inmuebles del museo. Hoy en día está compuesto por cinco y un sexto en construcción: Ruinas de Santo Domingo, Edificio Castro Monteagudo, Edificio García Flórez, Edificio Fernández López, Edificio Sarmiento y el sexto edificio.

El edificio de Castro Monteagudo es del siglo XVIII y es en este inmueble donde están expuestas las colecciones de arqueología, orfebrería prerromana y romana, orfebrería popular y civil, además de pintura española, italiana y flamenca que abarca desde el siglo XV hasta el siglo XVIII.

En el País Vasco hay tres museos de arqueología.

El Arkeologi Museoa o Museo Arqueológico de Vizcaya es actualmente el lugar de referencia de las investigaciones arqueológicas de la provincia, y además difunde la historia de su territorio por medio de sus actividades, fomenta los estudios arqueológicos y garantiza la conservación, el depósito y la restauración de las piezas arqueológicas.

La exposición permanente que posee enseña la vida humana del territorio, que abarca desde hace más de cien mil años hasta épocas históricas más recientes.

En Guipúzcoa se encuentra el Museo Histórico, Artístico y Arqueológico que se inauguró en octubre de 1902.

La sede se instaló en un principio en la convergencia de las calles Andía y Garibai, pero, finalmente, el edificio terminó quedándose pequeño debido a las adquisiciones de nuevas obras y a las aportaciones al museo que realizaban particulares. Por ello, en el año 1905 el Ayuntamiento empezó a edificar un nuevo contenido que abarcaría la Biblioteca Municipal, la Escuela de Artes y Oficios y el museo, llamado Museo de San Telmo.

Esta nueva sede quedó finalmente inaugurada en 1911, y recoge colecciones de Arqueología, así como la de Bellas Artes, la de Etnografía, la de Historia y la de Fotografía.

En la colección de Arqueología destacan las Estelas, con más de 80 piezas, que son monumentos funerarios de épocas prerromanas y hasta finales del siglo XIX.

El Museo de Arqueología de Álava se ha constituido, desde el año 2009, en el nuevo complejo museístico BIBAT, ubicado en el centro del Casco Histórico. Este museo fue un museo monográfico durante 35 años.

En su exposición permanente se exhiben en torno a mil quinientas obras arqueológicas que realizan un recorrido cronológico por la historia de la provincia, desde la Prehistoria hasta la Edad Media.

Pero la colección que posee el museo es bastante mayor, ya que es el depósito de materiales procedentes de todas las excavaciones arqueológicas realizadas en todo el territorio histórico de la provincia desde finales del siglo XIX.

En Santa Cruz de Tenerife se encuentran las colecciones arqueológicas en un solo museo.

En el año 1958 fue inaugurado el Museo Arqueológico de Santa Cruz de Tenerife con fondos que provenían de la Comisaría Provincial de Excavaciones Arqueológicas, de la Sección de Arqueología y Antropología del Museo Municipal, del "Gabinete Científico", de aportaciones particulares y de fondos de museos desaparecidos.

Todos estos fondos compuestos por piezas arqueológicas y restos de la Prehistoria de Tenerife fueron unificados en una sola colección, y al cabo del tiempo esta colección aumentó su número de materiales arqueológicos con restos procedentes de Arqueología Precolombina, Etnografía Africana y Sahara.

En los años 80 la dirección del museo sufrió un cambio. Adquieren nuevas colecciones arqueológicas y se aumenta la plantilla de personal científico.

En 1990 se crea el Organismo Autónomo de Museos y Centros del Cabildo de Tenerife, y el Museo Arqueológico queda integrado en el Museo de La Naturaleza y el Hombre.

En Las Palmas de Gran Canaria la arqueología es una materia interesante.

En 1879 nace el Museo Canario, incrementando el atractivo turístico en Las Palmas de Gran Canaria.

Este museo se originó por dos motivos: en primer lugar, por la tendencia de la burguesía local de ampliar sus conocimientos sobre las antigüedades

canarias, que tenían como entretenimiento la búsqueda de restos aborígenes en expediciones informales; por otro lado, el desarrollo de la investigación antropológica francesa, debido a que los fundadores de este museo mantenían vínculos científicos con especialistas en arqueología procedentes de Francia.

Las colecciones arqueológicas que posee se componen por restos materiales, objetos o fragmentos, prehistóricos e históricos, de Gran Canaria. Pero también por restos y piezas procedentes de otras islas del archipiélago. Actualmente, estos fondos siguen aumentando por adquisiciones y donaciones de particulares.

Estas colecciones hacen que sea el fondo arqueológico más amplio y completo de todo el archipiélago canario.

En Madrid se encuentra el Museo Arqueológico Nacional.

Es una institución pública fundada en el año 1867 por Isabel II. La finalidad de este museo era la de reunir las antigüedades de toda España que simbolizan la historia del país y posibilitar a los visitantes tener una visión desde los orígenes hasta épocas más recientes.

La colección se formó por compras y donaciones particulares, así como con la adquisición de materiales arqueológicos y etnográficos del Museo de Ciencias Naturales, de los fondos procedentes del Museo de Medallas y Antigüedades de la Biblioteca Nacional y con la colección de la Escuela Superior Diplomática.

Desde que se creó, el museo ha modificado la exposición de las obras en varias ocasiones. Además, ha sufrido varios cambios de sede adaptándose a los cambios de la museografía en España.

Entre 2008 y 2013 se ha reformado el inmueble en el que se encuentra el Museo Arqueológico Nacional, ampliando las áreas públicas e introduciendo innovadoras técnicas de comunicación que favorecen la comprensión de las colecciones al visitante. Este inmueble se encuentra en la Calle Serrano de Madrid.

En la Ciudad Autónoma de Ceuta hay un museo con restos arqueológicos.

El Museo de Ceuta es llamado Museo del Revellín, y se encuentra en uno de los pabellones del antiguo cuartel del Revellín. Es un edificio de 1900 de estilo neoclásico, prototipo de la obra civil de los ingenieros militares en Ceuta.

Las colecciones están expuestas en las plantas baja y primera. En la Sección de Arqueología, las obras se encuentran ordenadas cronológicamente en Edades Antigua, Medieval y Moderna, abarcando en cada época varios temas importantes. También hay dos salas para exposiciones temporales.

La colección se formó mediante donaciones particulares, adquisiciones, así como por las excavaciones arqueológicas realizadas en los varios yacimientos de la ciudad.

Destaca la sección de ánforas que son de las importantes del Estrecho de Gibraltar, una colección de piezas de cerámica romanas e hispano-musulmanas, un sarcófago romano con la representación de las Cuatro Estaciones y una importante colección numismática, entre otros.

En la Ciudad Autónoma de Melilla la arqueología que hay, se encuentra en un museo.

En 1979 se crea el Museo de Arqueología e Historia de Melilla, y se ubica en un edificio del siglo XVI, que era la sede de la Junta de Arbitrios.

La exposición de este museo es mayoritariamente permanente. Se muestran las piezas más representativas de excavaciones realizadas en Melilla. Posee muchas piezas de cerámica, particulares piezas de bronce y otros objetos arqueológicos que abarcan toda la historia de la ciudad.

También realiza exposiciones temporales.

## CAPÍTULO 4 REPUTACIÓN ONLINE

### 4.1. APROXIMACIÓN AL TÉRMINO REPUTACIÓN ONLINE

La reputación, en su definición por la RAE, es “la opinión o consideración que se tiene de alguien o algo” y “el prestigio o estima en que son tenidos alguien o algo”.<sup>2</sup>

Para hacer una aproximación al término de reputación online vamos a preguntarnos cómo surge; pues bien, será debido al carácter participativo de la Web 2.0 que ha propiciado que cualquier usuario tenga la opción de contribuir con su opinión.

Podemos hablar del prestigio que obtiene un destino, un museo, una empresa o algo que aparezca en Internet, que gracias a los avances tecnológicos de la última década han llevado a los consumidores a poder aportar reseñas a través de comentarios en blogs, foros, redes sociales, etc. y así poder compartir información sobre experiencias que se obtienen sólo después del consumo de un producto o servicio.

A diferencia de la marca, la reputación online no está bajo el control de una organización o sujeto, ya que no se genera a través de medios publicitarios, por lo que ésta se concibe más fiable que cualquier anuncio promocional, ya que está basada en opiniones personales. Es cierto que no por ello es fácil de conseguir. Como solía repetir el profesor Charles Handy, de la London Business School, “la confianza es como el cristal: se ha de tener paciencia en fabricarlo y, a pesar de su aparente dureza, una vez que se rompe en mil pedazos cuesta mucho juntar los fragmentos y recomponerlo”.

Sin duda el alcance de la reputación online de los productos y servicios turísticos, dado que cada vez hay más predisposición a reservar a través de Internet y a que los viajeros informen en la red sobre las opciones más deseables en los viajes, modifica totalmente las prácticas tanto de los usuarios como de los comercializadores del sector turístico.

Se puede afirmar que debido a la facilidad de acceder con tan sólo el clic de un botón a las opiniones de un sinnúmero de consumidores, el usuario de Internet se ha vuelto cada vez más exigente. Y por ello es evidente que este término esté generando multitud de estudios para poder conocer cómo afectan realmente estos comentarios online a la imagen del destino, institución o empresa.

Aquellas empresas, instituciones o personas que decidan estar presente en la World Wide Web tienen la oportunidad de establecer unas bases sobre

---

<sup>2</sup> Real Academia de la Lengua Española, disponible en: <http://www.rae.es/>

las que asentar su reputación, a partir de la construcción de una presencia online llamativa y verosímil, creando canales de comunicación novedosos, además de promocionarse y vender de manera fácil y segura. Es fundamental el Branding o 'hacer marca', que principalmente consiste en comprender que cada uno somos nuestra propia marca y que la presencia que tenemos en el medio web modela esa marca hasta hacerla única.

Hay una serie de estrategias y acciones para incrementar la visibilidad de la empresa o institución en Internet, a través de la presencia de contenidos en sus web, el "saber venderse". Aunque como se ha comentado anteriormente, en la creación de la reputación online interviene el usuario, por lo que el trabajo de crear dicha reputación está compartido entre el usuario que opina sobre la empresa y ésta misma empresa que busca prestigio. Debido a esto, la creación de una buena reputación online puede adquirirse a través de dos vías; el correcto comportamiento de la empresa, y la presencia de reseñas positivas en la web.

Desde el punto de vista práctico, nos centramos en dos aspectos que determinan la percepción de la reputación:

- Cómo aparecemos en Google y otros buscadores por las palabras clave.
- Opiniones en redes sociales.

Las redes sociales adquieren una elevada importancia en lo relativo a la reputación online corporativa, pues son los lugares favoritos por los usuarios para compartir su opinión, sumado a que en términos generales las redes sociales obtienen una alta posición –y en consecuencia visibilidad– en los principales buscadores, que es el punto de partida con carácter general para los usuarios a la hora de iniciar una búsqueda de opiniones o reviews de productos o servicios que se plantean agenciar.

#### **4.2. EWOM: QUÉ ES Y CÓMO INFLUYE**

Puesto que hoy en día las redes sociales son una tecnología de comunicación influyente, cada vez más se trata de aprovechar el poder del 'boca-a-boca electrónico'.

Si queremos acercarnos al concepto del eWOM hay que tener en cuenta que este tipo de comunicación hace referencia a cualquier declaración positiva o negativa hecha por potenciales clientes, actuales o ex acerca de un producto o empresa, que se pondrá a disposición de un gran número de personas e instituciones a través de Internet (Hennig-Thurau, 2004).

También es definido como todas aquellas comunicaciones informales dirigidas a otros consumidores a través de diferentes tecnologías basadas en

Internet y relacionadas con el uso o características de bienes y servicios concretos o sus proveedores (Litvin et al, 2008).

El concepto eWOM, Electronic Word-of-Mouth Communication, se ha convertido en una moderna forma de comunicación en la red, pero no sólo para aportar información específica de un producto o servicio, sino también para modificar comportamientos con estrategias de Marketing, puesto que se ha convertido en uno de los mecanismos de comunicación y persuasión más efectivos que existen, según un estudio conjunto de Forrester Research e Intelliseek.

Esto es así debido al actual incremento del uso de las TIC a nivel mundial, por lo que se han desarrollado las interacciones virtuales entre consumidores. Un ejemplo de este hecho es la irrupción en la red de la página web de TripAdvisor. Red Social, Comunidad Virtual y Blog, como muchos de los sitios de la Web 2.0 puede ser difícil de categorizar (O'Connor, 2008). Sin embargo está claro que su función principal es la difusión de contenidos generados por el usuario en el sector turístico.

Con el paso del tiempo se ha incrementado la transmisión informal de contenido comercial y turístico entre consumidores de productos y servicios gracias a Internet, por lo que el asesoramiento mediante opiniones volcadas en redes sociales crea la necesidad de gestar confianza en aquellas opiniones reales para quienes buscan referencias fiables.

Los avances de Internet generan de éste un lugar productivo para la comunicación electrónica de las opiniones de los usuarios (eWOM). Las Herramientas de la Web 2.0 son cada vez más usadas: el 83% de los compradores en Internet informaron que sus decisiones de compra se basan en evaluaciones de productos en línea mediante las redes sociales (Opinion Research Corporation, julio de 2008). Estamos ante un medio de comercialización imprescindible para el éxito del eCommerce puesto que gran parte de los consumidores buscan una primera opinión informal en Internet antes de realizar la compra en línea.

La comunicación tradicional "boca a boca" (WOM), que fue definida en 1967 como una forma oral de comunicación interpersonal no comercial entre conocidos, se ha visto modificada por la evolución tecnológica y ha dado paso a la comunicación eWOM, creando diferencias en varios aspectos: en primer lugar, con eWOM, los usuarios con intención de compra online no están limitados por el tiempo, ya sea para recibir información o para darla. No se necesita un lugar físico predeterminado ya que se basa en Internet sin barreras físicas que impiden la comunicación tradicional. El WOM normalmente se lleva a cabo cara a cara.

En segundo lugar, con eWOM, al ser una comunicación en línea, los usuarios tienen una mayor cantidad y variedad de opiniones sobre productos, servicios, lugares, etc. publicadas por personas que ya han usado ese producto o están bien informados sobre ese servicio o ese lugar, sin necesidad de tener ningún tipo de relación previa con dichas personas.



En tercer lugar, con eWOM se ahorra dinero, esfuerzo y tiempo para hallar la información oportuna respecto a la búsqueda en línea.

Estas diferencias otorgan a eWOM un alcance mayor que la forma tradicional de reunir información, pudiendo incluso influir y cambiar el comportamiento de las personas.

Mientras que el “boca a boca” tradicional generado por un consumidor no satisfecho llegaba a oídos de una media de 10 personas, el eWOM puede potencialmente influenciar a miles de consumidores ahora y en el futuro, dada la permanencia en la Red de este tipo de comunicaciones por un tiempo indefinido en la mayoría de los casos (O’Connor, 2008).

“Como explica el profesor Chris Dellasrocas, de la Universidad de Maryland y experto en el tema, las tecnologías basadas en Internet han agregado dos nuevas dimensiones al concepto tradicional de WOM, una escalabilidad y velocidad de difusión sin precedentes y su persistencia y posibilidad de medición. Así pues, las organizaciones cuentan ahora con nuevas posibilidades no sólo de expandir el efecto de la comunicación boca-oreja sino también para medir sus consecuencias”, afirma Guillermo Armelini, asistente de investigación del e-business Center PwC&IESE.

Algunas redes sociales, como por ejemplo Facebook, a pesar de ser consideradas como medios de comunicación informales para muchos usuarios, tienen un fuerte poder de credibilidad. Cabe destacar que como las conversaciones se pueden producir de forma anónima, ya sea a través de blogs, sitios de revisión, correos electrónicos o redes sociales, los usuarios se sienten más seguros para poder dar su opinión (Goldsmith & Horowitz, 2010).

Podemos entender que el eWOM se compone de cinco elementos primordiales:

- Declaración: que puede ser positiva, negativa o neutra.
- Emisor: potencial cliente, actual o anterior que realiza la acción de comunicar.
- Objeto: producto, servicio, empresa, destino, etc.
- Receptor: multitud de personas e instituciones que reciben la información.
- Medio ambiente: en este caso es Internet, la web y en particular las redes sociales.

Hay que tener en cuenta que hoy en día la Web es una plataforma perfecta para la comunicación de masas, y el eWOM ha surgido en multitud de sitios web y en redes sociales, siempre teniendo en cuenta estos cinco elementos para que la comunicación Word-of-Mouth no sea un fracaso.

El hecho de recibir información de una fuente ajena a la compañía produce más confianza en el consumidor que el marketing directo que puedan realizar las organizaciones: panfletos, publicidad, promociones, etc. (Schindler & Bickart, 2007).

### 4.3. EL PAPEL DE TRIPADVISOR COMO GENERADOR DE CONTENIDOS

En el análisis que se va a realizar en este trabajo sobre los Museos Arqueológicos provinciales de España contamos con información obtenida de TripAdvisor, por lo que se estima oportuno examinar el papel de esta página como generador de contenidos, así como conocer brevemente su historia.

Stephen Kaufer cofundó TripAdvisor en el año 2000 con el fin de ayudar a los viajeros a planificar sus viajes. Hoy en día es la mayor web 2.0 de viajeros del mundo e incluye otras marcas de viaje. Esta web, además de aportar consejos fiables de usuarios sobre restaurantes, alojamientos y atracciones, ofrece una gran diversidad de opciones con enlaces directos a herramientas de reserva que se encargan de indagar en sitios web para encontrar hoteles al mejor precio. También incluye un buscador de vuelos con filtros inteligentes para facilitar la búsqueda.

TripAdvisor tiene su Sede Central en Newton, Massachusetts, Estados Unidos. Desde diciembre de 2011 está cotizando en la mayor bolsa de valores electrónica y automatizada de los Estados Unidos, en NASDAQ.

Internet ha redefinido el modo en el que la información relativa a los productos y servicios turísticos es distribuida así como el modo en el que las personas planean y consumen sus viajes por motivos de ocio (Xiang et al, 2010: 179), eso explica que desde su fundación TripAdvisor ha evolucionado de manera grandiosa no sólo en términos económicos sino también en número de opiniones escritas y en tráfico de visitas. Para explicar este crecimiento vamos a exponer datos cuantitativos<sup>3</sup>:

- Ingresos 2010: 485 millones de euros
- Ingresos 2014: 1,246 millones de euros
- EBITDA 2010: 261 millones de euros
- EBITDA 2014: 468 millones de euros

Los ingresos se han incrementado en 761 millones de euros en cuatro años, y el EBITDA en 207 millones de euros.

En 2014 se registraron casi 175 millones de descargas de la aplicación móvil, y aproximadamente un 50% del tráfico de esta web fue a través de tabletas y teléfonos móviles inteligentes.

Además, ofrece al usuario:

Más de 200 millones de críticas y opiniones de viajeros reales de todo el mundo sobre más de 4,5 millones de lugares para alojarse, comer, etc.

- 315 millones de visitantes únicos al mes (2014)

---

<sup>3</sup> Recuperado de :  
<http://files.shareholder.com/downloads/AMDA-MMXS5/63062699x0xS1564590-15-721/1526520/filing.pdf> (mayo 2015)

- Más de 915.000 hoteles y alojamientos
- 650.000 alquileres vacacionales aprox.
- 2,4 millones de restaurantes
- Más de 500.000 puntos de interés
- 147.000 destinos

Por otra parte, además de la marca insignia TripAdvisor® opera y gestiona otras 24 marcas relacionadas con los viajes, conectadas por el objetivo común de proporcionar recursos integrales de planificación de visitas en todo el sector. Algunas de estas otras marcas son smartertravel.com, seatguru.com, travel-library.com, onetime.com, wanderfly.com, entre otras.

Sin duda es una empresa global, en la actualidad tiene webs en 45 países, entre ellos China, y se ofrece en 28 idiomas: Inglés, español, chino (tradicional y simplificado), ruso, árabe, griego, coreano, polaco, noruego, turco, danés, sueco, holandés, Bahasa, tailandés, portugués, japonés, italiano, francés, turco, vietnamita, hebreo, Suomi, húngaro, checo, eslovaco, serbio, y Alemán.

A 31 de diciembre de 2014 contaban con aproximadamente 1.500 empleados fuera de Estados Unidos, que representan el 54% del total de empleados.

Según Alexa.com la web tripadvisor.com ocupa el puesto 196 en el ranking mundial de páginas más vistas, y el puesto 71 en Estados Unidos. La web tripadvisor.es ocupa el puesto 63 en España.

En España, es la web especializada en viajes más conocida, pero a nivel mundial yelp.com se sitúa por delante ocupando el puesto 132 en el ranking mundial en alexa.com, y el 32 en Estados Unidos.

El 77,7% de las visitas que contabiliza tripadvisor.es provienen de España, seguidas por Argentina con un 2,8% y Estados Unidos con un 2,1%.

En TripAdvisor podemos encontrar comentarios e información sobre:

- a) Información general
- b) Hoteles
- c) Alquileres vacacionales
- d) Cosas que hacer...
- e) Restaurantes
- f) Vuelos

También posee un apartado sobre Lo mejor de 2015 y un foro de viajes.

Los museos arqueológicos provinciales se encuentran en el apartado Cosas que hacer. No todos los museos que vamos a analizar aparecen en TripAdvisor. De cada uno de ellos encontrados tenemos disponibles los siguientes datos:

- Nombre del museo arqueológico
- Provincia a la que pertenece

- Puntuación Global Media: Los visitantes pueden puntuar de la siguiente manera: Excelente (5), Muy Bueno (4), Normal (3), Malo (2), Pésimo (1). Las puntuaciones de cada museo arqueológico analizado se sumarán y esta suma se dividirá por el número total de puntuaciones recibidas para obtener una puntuación global media.

- Posición provincial que ocupa en el ranking de TripAdvisor en un momento determinado: Este ranking clasifica a cada museo arqueológico dentro de la provincia con respecto a la puntuación global media obtenida. Esta posición cambia a lo largo del tiempo a medida que aumentan el número de puntuaciones. Un mismo museo arqueológico puede tener varias posiciones dependiendo del ámbito geográfico de la búsqueda (a nivel provincial, a nivel nacional, etc.)

- Número de fotos colgadas por visitantes: Todo aquel visitante que esté registrado en TripAdvisor puede publicar fotos.

- Número de opiniones escritas por visitantes: vamos a tener en cuenta el número total de opiniones y vamos a realizar una segmentación según la puntuación:

- ✓ Número de opiniones “excelente” (puntuadas con un 5)
- ✓ Número de opiniones “muy bueno” (puntuadas con un 4)
- ✓ Número de opiniones “normal” (puntuadas con un 3)
- ✓ Número de opiniones “malo” (puntuadas con un 2)
- ✓ Número de opiniones “pésimo” (puntuadas con un 1)

Además se puede rescatar datos sobre el visitante como el nombre o seudónimo, la ciudad de origen, el número total de comentarios que ha realizado en TripAdvisor, el número de votos útiles recibidos sobre sus opiniones, la categoría (Gran Crítico, Crítico, Crítico Sénior, Colaborador Sénior, etc.), el género, el rango de edad y el perfil del viajero (estilo de viaje).

Por otro lado también se puede obtener datos de cada comentario escrito como el título, la opinión del visitante, la fecha en la que se realizó la visita, la fecha en la que se ha escrito el comentario, la puntuación global, puntuaciones específicas sobre calidad, servicio, etc., respuestas que ha tenido el comentario, y fotos insertadas.

Estas opiniones aportadas por los visitantes en TripAdvisor ayudan a analizar cuantitativamente el museo provincial (puntuaciones, rankings, número de opiniones, etc.), pero también tienen una importante carga de información cualitativa que puede obtenerse con el análisis de los textos. Estos análisis no solo son útiles para los turistas, sino también para las entidades públicas como las oficinas de turismo.

#### 4.4. REDES SOCIALES: DEFINICIÓN, HISTORIA Y ACTUALIDAD

El origen de las redes sociales no está claro y la evolución de éstas es rápida, por lo que su historia es algo difusa de contar puesto que no se sabe a ciencia cierta cuál fue la primera red social. Se afirma a que sus inicios se remontan a los primeros intentos de comunicación a través de Internet, y de ahí nacen los servicios de redes sociales que se utilizan en la actualidad.

Cronológicamente, los hechos más destacables en cuanto a las redes sociales en Internet comienzan en el año 1971 cuando se envía por primera vez un e-mail de un ordenador a otro.

En 1978 se crea el Bulletin Board Systems con el fin de compartir información e informar sobre reuniones.

Ya en el año 1994 aparece GeoCities que ofrece un servicio para crear sitios web. Al año siguiente hay un millón de sitios web y aparece la red social Classmates para contactar con antiguos compañeros de estudios, para muchos es considerada la primera red social.

En 1997 se lanza el chat AOL Instant Messenger, a la vez que Google. En este mismo año aparece Sixdegrees, una web que refleja mejor las características propias de una red social.

En 1998 se inaugura otra red social llamada Friends Reunited, y se realiza el lanzamiento de Blogger.

A principios del siglo XXI la cifra de ordenadores conectados a la red es de setenta millones. Es a partir de entonces cuando la red evoluciona de manera acelerada.

En 2003 se lanza MySpace, LinkedIn y Facebook, así como muchas otras redes sociales.

Youtube comienza en 2005 como servicio para incrustar vídeos en la red. Al año siguiente Twitter es inaugurada como microblogging, Facebook sigue recibiendo ofertas multimillonarias para comprar la empresa y Google alcanza los 400 millones de búsquedas por día.

En 2008 surge la red social Tumblr para competir con Twitter.

En 2009 Facebook alcanza los 400 millones de usuarios. Un año después Google lanza Google Buzz, red social que está integrada con Gmail. También aparece la red social Pinterest. El aumento del número de usuarios en Internet es sorprendente. Se estima para este año que el 30% de la población mundial navega por la red.

En 2011 Google vuelve a lanzar una nueva red social, Google+. Twitter multiplica sus cifras hasta alcanzar los 33 billones de tweets recibidos.

En 2012 Facebook supera los 800 millones de usuarios, y estas cifras aumentan de manera asombrosa en cuestión de semanas.

Online Business School ha realizado el estudio Social Media 2015, que detalla las tendencias de uso en las redes sociales en España y en las principales economías mundiales.

Según el informe de OBS, Facebook es la red social líder en cuanto al número de usuarios en el ámbito mundial. El 88% de los españoles que tienen Internet usan Facebook, convirtiéndose en la red social más usada tanto por hombres como por mujeres y en todos los segmentos de edad.

#### 4.4.1. Facebook

En febrero de 2004 nació Facebook. Su creador, Mark Elliot Zuckerberg, era estudiante en la Universidad de Harvard, en Estados Unidos. Desde el año 1999 se utilizaba Messenger de MSN, y la idea de Facebook aunque era simple resultó ser revolucionaria.

La red social era un servicio para los estudiantes de la Universidad de Harvard y fue rápidamente divulgada, alcanzando el éxito en poco tiempo. En tan sólo un mes más de la mitad de los estudiantes de Harvard estaban suscritos a la web, hecho nunca visto hasta entonces en el mundo de Internet. Su uso se expandió a otras instituciones académicas del país y fue entonces cuando surgió el concepto de “amigo de Facebook”, que más tarde inspiró a nuevas redes sociales.

La creación de Facebook trajo consigo una gran polémica. Su creador tuvo que enfrentarse a una demanda interpuesta por compañeros de su universidad que afirmaban que la idea fue robada. Para poner fin a la demanda Zuckerberg tuvo que pagar 65 millones de dólares.

El momento de mayor expansión llegó con la traducción de la web en diferentes lenguas; el español, el alemán y el francés fueron las primeras en integrarse. Las traducciones se realizan de forma no remunerada por usuarios de la red social.

En el año 2010 surgió una nueva red social diseñada para teléfonos móviles, llamada Instagram, que posibilitaba compartir fotos en diferentes webs de manera paralela. A la vez que una competencia, era una oportunidad de ampliar negocio, y por ello en el año 2012 Facebook adquirió los derechos de esta nueva red social.

En este mismo año Facebook salía al mercado de la Bolsa siendo valorada en 80.000 millones de euros, pero pronto empezó a experimentar subidas y bajadas en sus acciones.

Esta red social cuenta con diferentes atractivos; chat, fotografías, comentarios, etc. pero tiene otro gancho: los juegos. Un ejemplo es la exitosa app de entretenimiento Candy Crush, cuyo origen está en Facebook. Estos juegos captan nuevos usuarios, pero a la vez ocasionan rechazo en otros.

Hoy en día Facebook puede ser utilizado por cualquier persona que posea una cuenta de correo electrónico, y en ocasiones es usado como medio de comunicación ya que nos ofrece la posibilidad de subir cualquier tipo de información que puede hacerse pública y llegar a cualquier usuario del mundo.

Es por ello que vamos a realizar un análisis de las páginas de Facebook de los museos arqueológicos provinciales. En primer lugar vamos a averiguar tras una búsqueda si el museo posee página en Facebook, si ésta es oficial, cuántos seguidores tiene, el número de visitas a la página, el número de opiniones de usuarios y la puntuación que éstos le dan (sobre 5). Estos datos son variables en el tiempo.

#### 4.4.2. *Google Plus*

En julio de 2011 Google lanzó su propia red social, a la que llamó Google Plus o Google+, con el objetivo de competir con las redes sociales ya existentes como Facebook. Google ya había creado redes sociales anteriormente, como Wave y Buzz, anunciadas como servicios innovadores, y Orkut, una red que sólo consiguió tener éxito en países como Brasil e India. Google Plus fue la cuarta red social lanzada por Google con la intención de unir las funciones en línea con las que contaba, además de mejorar la privacidad.

Google Plus dispone de Gmail, su propia plataforma de correo electrónico, con el que se pueden realizar videollamadas. Por otra parte, Google es el explorador más utilizado puesto que el 64% de las búsquedas en Internet se realizan a través de éste, y esto es una ventaja primordial.

A pesar de que muchos pensaron que la dinámica iba a ser parecida a la de Google Buzz, con muchos usuarios al principio pero pocos de ellos activos finalmente, Google Plus consiguió un crecimiento apreciable, llegando a tener 10 millones de usuarios en dos semanas. Con el paso del tiempo este crecimiento se fue frenando, pero un año después ya contaba con 400 millones de usuarios registrados, de los cuales 100 millones activos. Esta cantidad era inferior a la de Facebook que tenía más del doble.

Google Plus contaba con elementos muy atractivos, uno de ellos son los llamados 'círculos' que posibilitaba a los usuarios organizar a sus contactos en grupos diferenciados con el fin de determinar las partes de su perfil que podían visualizar cada uno de estos círculos. Otra herramienta que impresionó a los usuarios fue los 'hangouts', con la que se puede hacer reuniones con los contactos de la red social a través de videoconferencias. Ésta última triunfó cuando se empezó a usar para realizar actividades sociales masivas por parte de personas influyentes como Barack Obama o Juan Manuel Santos.

También incorporó el botón +1, una versión del 'Me gusta' de Facebook, con la que se puede compartir con otros usuarios las búsquedas que se hagan en Google. Además, al igual que Twitter, Google Plus ofrece la posibilidad de

usar hashtags para conocer de manera más fácil los temas que interesan a los usuarios en un determinado momento.

En el año 2012 empezaron a producirse cambios en la red social; Google Plus decidió que los adolescentes mayores de 13 años, al ser el sector de la población más activo en Internet, pudieran crearse un perfil. Otra novedad fue la posibilidad de utilizar nombres alternativos o seudónimos en los perfiles siempre acompañado del nombre verdadero del usuario.

Hoy en día posee diversas herramientas que permiten sincronizar fotos del teléfono móvil de manera rápida, recomendar lugares a otros usuarios, crear comunidades para hablar de temas que interesan a grupos concretos de personas, incluir hangouts en las ventanas de chat, etc.

Tras todo esto, se llega a la hipótesis de que esta red social de Google funcionó gracias a las herramientas incorporadas, las características y la apariencia que presenta.

Es por ello que las cifras de usuarios registrados fueron espectaculares. “Más de 400 millones de personas se han actualizado a Google+. Fue hace solo un año que abrimos la inscripción al público y no pudimos imaginarnos que tanta gente se uniría en sólo 12 meses”, afirmó Vic Gundotra, vicepresidente de ingeniería de Google.

A pesar de ello, a principio de 2015 se recopilaban datos no muy esperanzadores para la supervivencia de esta red social: de los 2.200 millones de perfiles de usuarios de Google Plus sólo un 9% publicaron algo. Entre las acciones más realizadas de estos usuarios se recoge los comentarios en vídeos de Youtube.



## CAPÍTULO 5 ANÁLISIS DE LA REPUTACIÓN ONLINE DE LOS MUSEOS ARQUEOLÓGICOS PROVINCIALES DE ESPAÑA

### 5.1. ANÁLISIS EN TRIPADVISOR

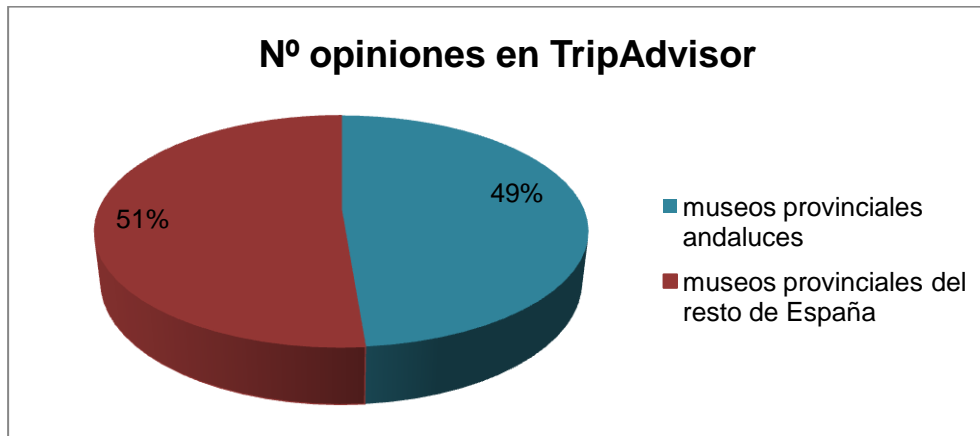
Se ha realizado un análisis exhaustivo en TripAdvisor en el que se ha buscado en cada una de las cincuenta provincias de España el museo de arqueología, bien por el nombre del museo o bien por el nombre del edificio donde se encuentra.

Se ha obtenido resultados de cuarenta y seis museos. Los cuatro restantes no tienen presencia en esta web.

#### 5.1.1. Opiniones publicadas en TripAdvisor

El número total de opiniones que se han publicado sobre los museos en esta web de viajes es de 6.147 hasta la fecha, puesto que esta cantidad es variable ya que los usuarios escriben opiniones en cualquier momento.

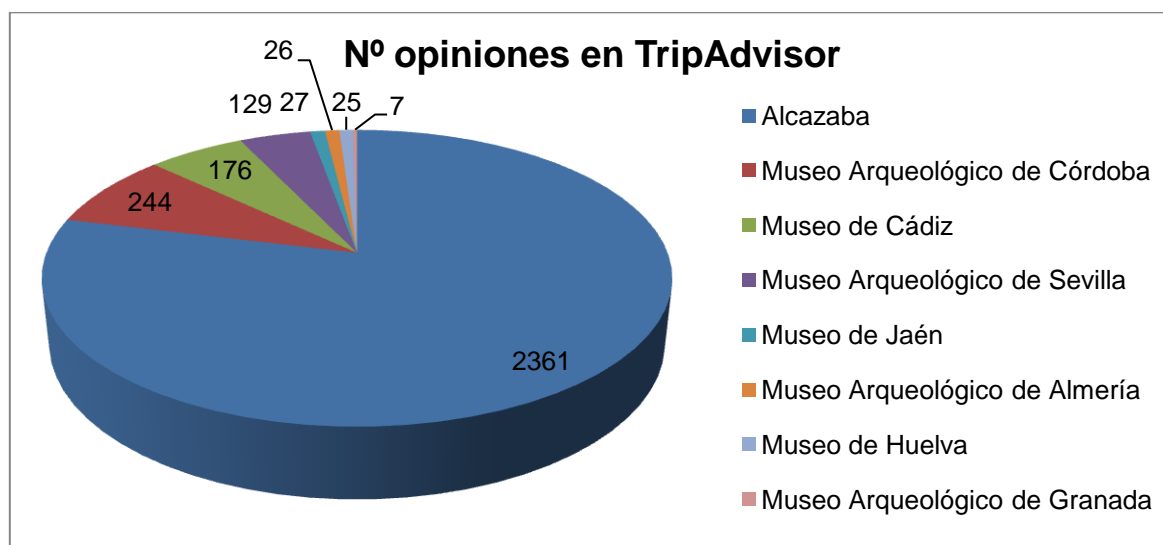
Gráfico 1: Comparativa entre opiniones de museos andaluces y de museos del resto de España en TripAdvisor.



Fuente: TripAdvisor. Elaboración propia.

Del total, 2.995 opiniones han sido sobre los museos andaluces y 3.152 sobre los museos del resto de las provincias. Como puede verse en el *Gráfico 1*, casi la mitad de las opiniones (el 49%) han sido sobre los ocho museos analizados de Andalucía. Teniendo en cuenta que en este apartado se han analizado cuarenta y seis museos, destaca notablemente la proporción favorable que ha obtenido dichos museos andaluces.

Gráfico 2: Nº de opiniones de los museos andaluces en TripAdvisor.



Fuente: TripAdvisor. Elaboración propia.

Si nos centramos en las opiniones de los museos andaluces, en el *Gráfico 2* puede verse como la mayor parte de estas opiniones han sido sobre la Alcazaba de Málaga, sede del Museo Arqueológico Provincial de Málaga.

Málaga, a pesar de atraer a un turismo de sol y playa, tiene grandes atractivos culturales y patrimoniales que hace que la oferta turística de esta provincia sea muy completa.

El Museo Arqueológico de Granada, con sólo siete opiniones, es el que ha recibido menos.

### 5.1.2. Puntuación recibida en TripAdvisor

Tabla 1: Relación de puntuaciones en TripAdvisor.

N	189,25
Media	4,11
Desviación Estándar	0,42
Varianza	0,17
Moda	4
Mínimo	2,29
Máximo	4,6
Mediana	4,17

Fuente: TripAdvisor. Elaboración propia.

En cuanto a la puntuación recibida por los usuarios, recordamos que el nº de opiniones “excelente” son puntuadas con un 5, las opiniones “muy bueno” son puntuadas con un 4, las opiniones “normal” son puntuadas con un 3, las opiniones “malo” son puntuadas con un 2 y las opiniones “pésimo” son puntuadas con un 1.

Los museos arqueológicos analizados han recibido un total de 189,25 puntos hasta la fecha, siendo 4,6 la máxima puntuación y 2,29 la mínima. La Puntuación Global Media es de 4,11, así que en lo general los visitantes quedan satisfechos en las visitas a estos museos y puntúan notablemente en esta web.

La Desviación Estándar representa la concentración de datos alrededor de la media. La concentración de las puntuaciones recibidas en TripAdvisor alrededor de la Media será mayor, cuanto más se acerque esta desviación a 0. En este caso la Desviación Estándar es de 0,42, por lo que se considera que las puntuaciones de los museos analizados son similares.

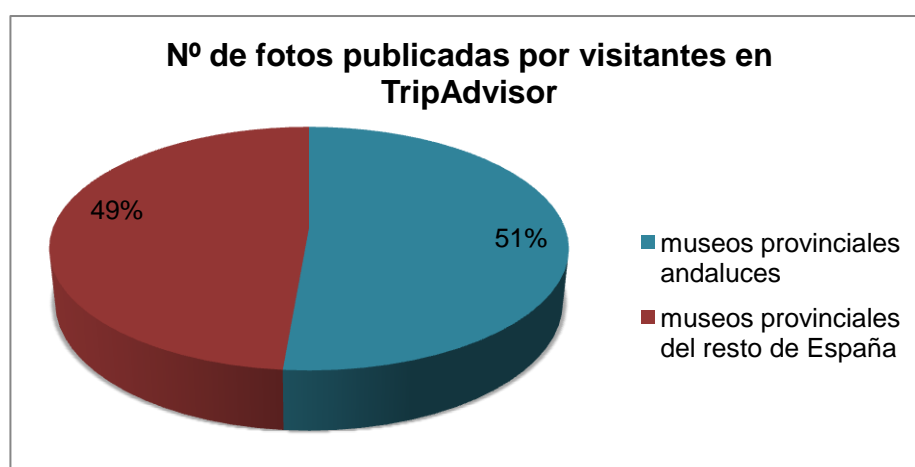
La Varianza que se ha calculado representa la diferencia promedio que hay entre las puntuaciones recibidas en TripAdvisor de los museos, y es de 0,17, por lo que las puntuaciones varían poco de un museo a otro.

La Mediana es de 4,17, que representa la puntuación que ocupa el lugar central de todas las puntuaciones obtenidas.

### 5.1.3. Fotos publicadas en TripAdvisor

Los usuarios han publicado un total de 2.547 fotografías de los museos analizados hasta la fecha, de las cuales 1.308 pertenecen a los ocho museos andaluces, esto supone un 51% del total.

Gráfico 3: Comparativa entre fotos publicadas de museos andaluces y de museos del resto de España en TripAdvisor.



Fuente: TripAdvisor. Elaboración propia.

## 5.2. ANÁLISIS EN FACEBOOK

Tras el análisis realizado en Facebook, se ha encontrado una completa información de los cincuenta museos arqueológicos de las provincias españolas.

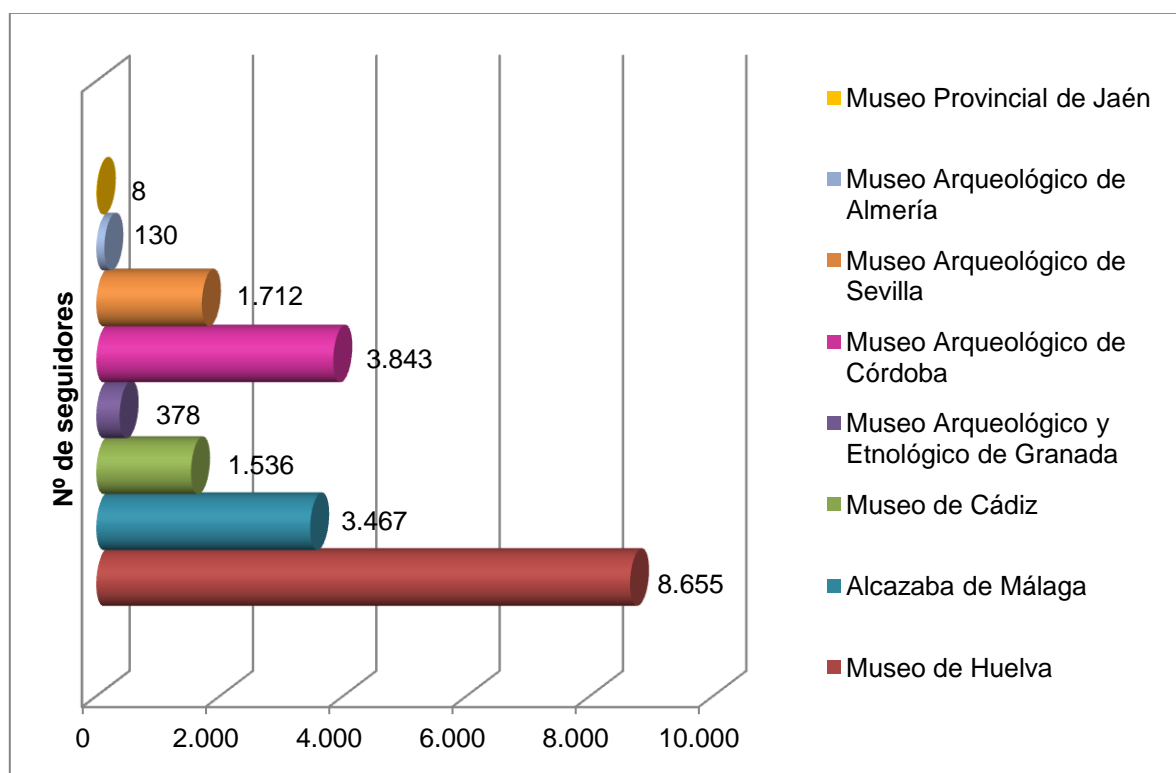
De los cincuenta museos, dieciocho son páginas oficiales y treinta y dos son no oficiales.

### 5.2.1. Nº de seguidores en Facebook

El número total de seguidores de Facebook en todos los museos analizados es de 143.962 hasta la fecha. Destaca el Museo de Barcelona con 42.290 seguidores en su página oficial de esta red social.

Del total, 19.729 son seguidores de los museos andaluces.

Gráfico 4: Nº de seguidores de los museos provinciales andaluces en Facebook.



Fuente: Facebook. Elaboración propia.

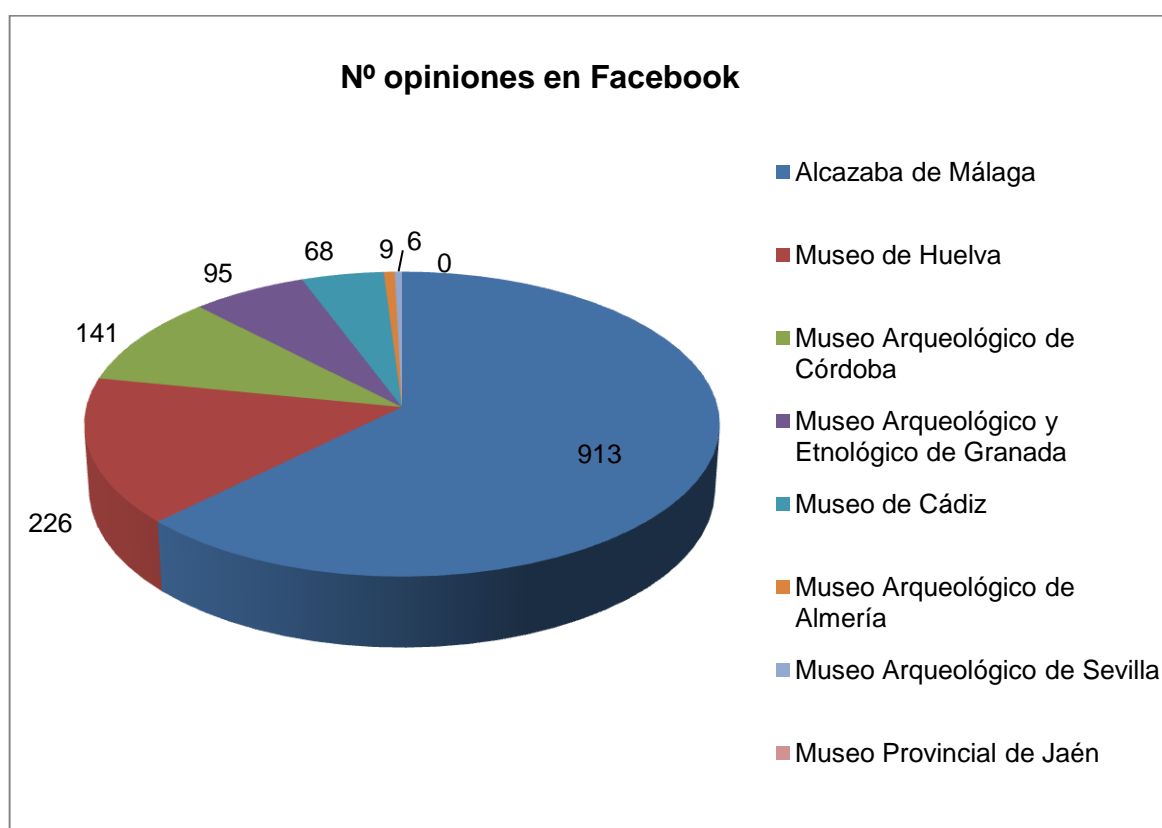
De los museos arqueológicos andaluces analizados, hay tres con páginas oficiales: el de Córdoba, el de Huelva y el de Sevilla. El Museo de Huelva es el que mayor número de seguidores tiene.

La Alcazaba de Málaga, máxima representación de la arqueología de la provincia, consigue el tercer puesto con respecto a los seguidores en esta red social, a pesar de no ser página oficial.

### 5.2.2. Opiniones publicadas en Facebook

En los cincuenta museos analizados hay publicadas un total de 6.821 opiniones hasta la fecha. El Museo de Barcelona encabeza la lista con 2.827 opiniones. Los museos andaluces han recibido 1.458 opiniones.

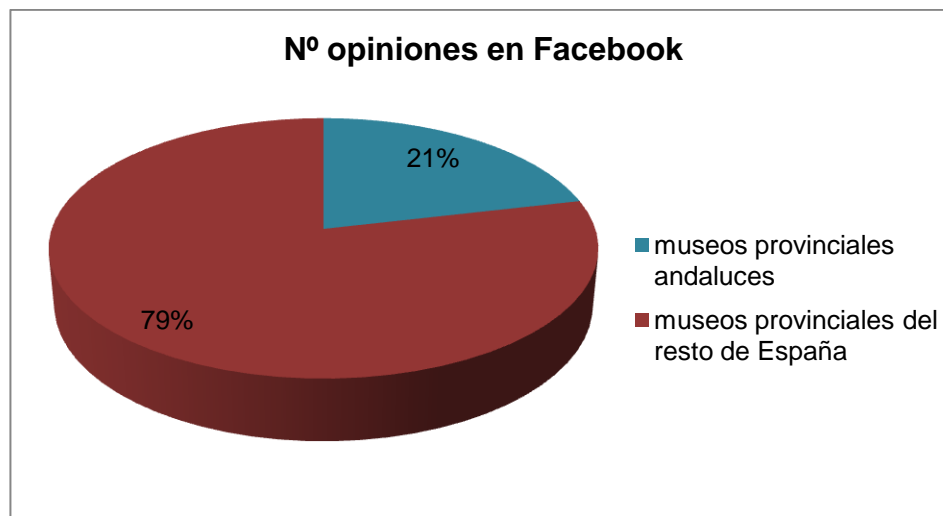
Gráfico 5: Nº de opiniones de los museos andaluces en Facebook.



Fuente: Facebook. Elaboración propia.

Al igual que en TripAdvisor, la Alcazaba de Málaga ha recibido más opiniones. El Museo de Huelva ocupa el segundo puesto a pesar de tener más seguidores.

Gráfico 6: Comparativa entre opiniones de museos andaluces y de museos del resto de España en Facebook.



Fuente: Facebook. Elaboración propia.

En el *Gráfico 6* podemos observar que los museos andaluces han recibido el 21% de las opiniones. La diferencia es mayor que la analizada anteriormente en TripAdvisor.

### 5.2.3. Puntuación recibida en Facebook

Tabla 2: Relación de puntuaciones en Facebook.

N	183,40
Media	4,37
Desviación Estándar	0,55
Varianza	0,31
Moda	4,5
Mínimo	2,7
Máximo	5
Mediana	4,5

Fuente: Facebook. Elaboración propia.

Los usuarios de Facebook puntúan otorgando estrellas al museo. Se puede conceder de 1 a 5 estrellas, por lo que la puntuación final del museo será la media de todas las estrellas recibidas por los usuarios, pudiendo obtener como máximo 5 puntos y como mínimo 1.

Los museos arqueológicos analizados han recibido un total de 183,4 puntos hasta la fecha, siendo 5 la máxima puntuación y 2,7 la mínima. La Puntuación Global Media es de 4,37, por lo que estos museos están bastante bien valorados en esta red social. Además, las puntuaciones recibidas son mejores que las obtenidas en TripAdvisor.

La Desviación Estándar es de 0,55, por lo que las puntuaciones recibidas en Facebook de todos los museos analizados están menos concentradas y tienen menos similitud que las puntuaciones analizadas de TripAdvisor.

Es por ello que la Varianza en este caso es mayor, es de 0,31, que representa la diferencia promedio de las puntuaciones en Facebook. Es decir, en Facebook las puntuaciones de los usuarios son más dispersas.

La puntuación que ocupa el lugar central de todas las puntuaciones analizadas en Facebook es de 4,5 (Mediana).

#### 5.2.4. Visitas registradas en Facebook

En Facebook quedan registradas las visitas que los usuarios hacen al museo cada vez que éstos lo publican en esta red social.

Tabla 3: N° de visitas registradas en Facebook

	nº de visitas	%
Museos provinciales andaluces	25.908	20,20%
Museos provinciales del resto de España	102.344	79,80%
Total museos	128.252	100,00%

Fuente: Facebook. Elaboración propia.

Como se puede observar en la *Tabla 3*, el total de las visitas que han sido registradas en Facebook de todos los museos analizados es de 128.252, de las cuales un 20,20% son visitas a museos andaluces.

Esto no quiere decir que los museos sólo hayan recibido este número de visitas de forma física, sino que son visitas físicas que han optado por publicarlo en Facebook.

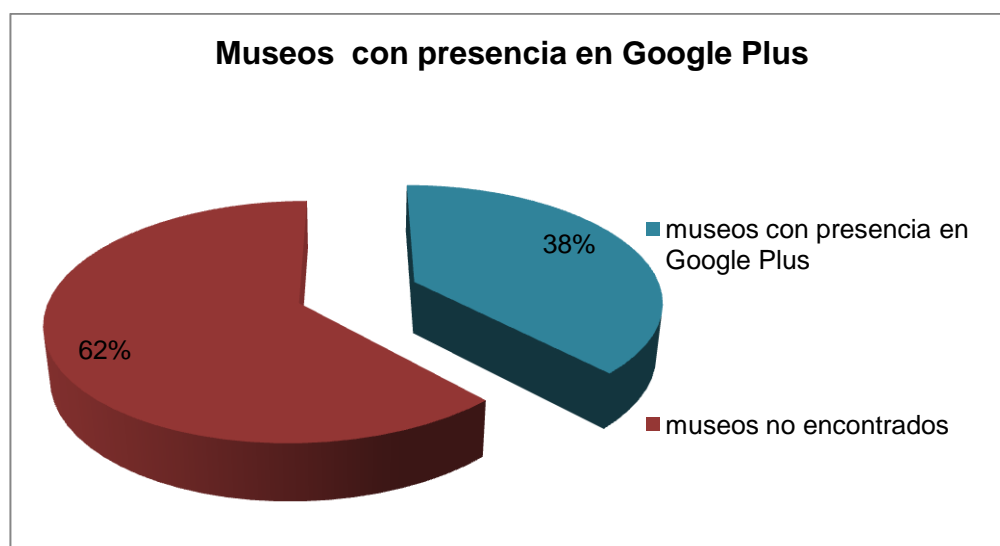
### 5.3. ANÁLISIS EN GOOGLE PLUS

En Google Plus la búsqueda de los museos ha sido más compleja, puesto que el buscador que posee esta red social es menos intuitivo.

Se han encontrado un total de diecinueve museos, y no en todos ellos podía verse toda la información; puesto que mucha de esta información es privada en algunos perfiles.

Algunos de los perfiles de los museos encontrados en Google Plus se encuentran enlazados a la página oficial, por lo que se consideran oficiales. Otros museos arqueológicos se han encontrado incluidos a perfiles generales que representan a varios museos de la provincia.

Gráfico 7: Museos analizados con presencia en Google Plus.



Fuente: Google Plus. Elaboración propia.

Se ha recopilado un total de 1.106 seguidores de estos museos encontrados en Google Plus, de los cuales 910 son del Museo Arqueológico de Alicante, y se han registrado 1.063.860 visitas.

De los diecinueve museos encontrados diez poseen fotos, cuatro poseen vídeos y sólo tres poseen ambas cosas.

El Museo Arqueológico de Alicante es el que posee más presencia en esta red social, ya que además del número de seguidores registra 193.757 visitas y posee fotos y vídeos.

Google Plus, en lo general, es una red social poco usada entre los visitantes de los museos arqueológicos.



Gráfico 8: Comparativa de la presencia de los museos arqueológicos provinciales.



Fuente: TripAdvisor, Facebook y Google Plus. Elaboración propia.

## CAPÍTULO 6 CONCLUSIONES

En este trabajo se representa la importancia turística que tiene hoy en día la presencia en Internet de los museos arqueológicos provinciales de España.

Todos los museos analizados tienen presencia online en uno o varios portales web. Aquellos que poseen un sitio web propio no tienen, en términos generales, una estrategia definida para conseguir la popularidad y diferenciarse del resto.

La web de viajes TripAdvisor juega un papel muy importante en la reputación online de todas las marcas turísticas existentes. Su posicionamiento en buscadores hace que toda la información relevante a los museos arqueológicos que aparecen representados, llegue de manera directa a todos aquellos usuarios de Internet que buscan recomendaciones antes de realizar la visita.

En las redes sociales se han obtenido datos muy dispares. La presencia de estos museos se limita a Facebook, considerada la red social principal a nivel mundial. A pesar de ello, no todos los museos tienen la misma presencia. Algunos museos poseen en esta red social un perfil oficial y otro no oficial, y esto perjudica a la reputación del museo puesto que no se concentra toda la información en un sólo perfil, y los seguidores y visitantes de dicho museo quedan divididos.

En Google Plus la presencia online es inferior. Se han encontrado varias limitaciones a la hora de analizar esta red social, como por ejemplo la interfaz que tiene es más confusa y menos intuitiva. Además para muchas instituciones no compensa promocionarse en esta red social si ya lo hace en otras, a pesar de que puede mejorar su posicionamiento web, puesto que aprender a usar Google Plus es un trabajo adicional.

Por otra parte hay que tener en cuenta que realizar un estudio sobre la reputación online en un entorno con un elevado ritmo de cambio como es Internet, evidencia las variaciones que sufre dicho entorno, y por ende, dicha reputación.

Además, si se desea realizar un minucioso estudio sobre esta materia hay que considerar que a pesar de que existen diversas herramientas de análisis de redes sociales, la mayoría requieren tener acceso a las cuentas de los perfiles para poder obtener toda la información. Es por ello que al no ser posible, nuestro análisis se ha centrado en la información que proyecta en el perfil visto desde otro perfil de usuario.

## CAPÍTULO 7 BIBLIOGRAFÍA

7Graus. (2013). *Qué es Arqueología*. Recuperado el Abril de 2015, de Significados: <http://www.significados.com/arqueologia/>

Álava-Net. (2011). Recuperado el Junio de 2015, de Bibat. Museo de Arqueología:  
[http://www.alava.net/cs/Satellite?c=DPA\\_Cultura\\_FA&cid=1223982962950&pageid=1193045487374&pagename=DiputacionAlava%2FDPA\\_Cultura\\_FA%2FDPA\\_museo](http://www.alava.net/cs/Satellite?c=DPA_Cultura_FA&cid=1223982962950&pageid=1193045487374&pagename=DiputacionAlava%2FDPA_Cultura_FA%2FDPA_museo)

Alexa Internet, I. (2015). *How popular is tripadvisor.es?* Obtenido de Alexa: <http://www.alexa.com/siteinfo/tripadvisor.es>

Armellini, G. (17 de Mayo de 2006). *Internet convierte el boca-oreja en el eWOM, una poderosa herramienta de marketing*. Recuperado el Mayo de 2015, de e-business Center PwC&IESE: [http://www.iese.edu/en/files/6\\_23084.pdf](http://www.iese.edu/en/files/6_23084.pdf)

ArtenCórdoba. (2015). *Museo Arqueológico*. Obtenido de ArtenCórdoba: <http://www.artencordoba.com/MUSEOS/Museos-Cordoba-Arqueologico.html>

BizkaiKOA. (s.f.). Recuperado el Junio de 2015, de Arkeologi museoa: <http://www.bizkaikoa.bizkaia.eus/detalleContenido.asp?id=68&t=1>

Castillo de San Antón. (s.f.). Recuperado el Junio de 2015, de CMIX: <http://www.coruna.es/servlet/ContentServer?pagename=CMIX/Page/Generico-Generica&cid=1415077955330&itemID=1149055937727&itemType=Entidad>

Consejería de Educación, C. y. (2015). *Portal de Museos de Andalucía*. Obtenido de Museos: <http://www.museosdeandalucia.es/culturaydeporte/museos/>

Del Santo, O. (2010). *Reputacion Online para Tod@s*.

Duarte Roa, E. (1 de Febrero de 2013). *La exitosa historia de Google Plus*. Recuperado el Mayo de 2015, de Enter.co: <http://www.enter.co/cultura-digital/redes-sociales/la-cuarta-fue-la-vencida-la-exitosa-historia-de-google/>

*El Museo Canario*. (2010). Recuperado el Junio de 2015, de Arqueología de Gran Canaria: <http://www.elmuseocanario.com/>

Goldsmith, R., & Horowitz, D. (2010). Measuring Motivations for Online Opinion Seeking. *American Academy of Advertising*, 6 (2), 3–14.

González, O. (Agosto de 2013). *El eWOM como herramienta de referencia informal*. Recuperado el Mayo de 2015, de Slideshare: <http://es.slideshare.net/OmarGonzalez4/el-e-wom-como-herramienta-de-referencia-informal-en-el-cambio-de-actitud-de-clientes>

Grewal, R., Cline, T., & Davies, A. (2001). Early-Entrant Advantage, Word-of-Mouth Communication, Brand Similarity, and the Consumer Decision-Making Process. *Journal of Consumer Psychology*, 13 (3), 187–197.

Hennig-Thurau, T. (2010). The Impact of New Media on Customer Relationships. *Journal of Service Research*, 13 (3), 311-330.

InSpain. (2015). *España, información y guías*. Obtenido de <http://www.inspain.org/es/>

Izquierdo, M. (12 de Marzo de 2013). *Historia de Google+*. Recuperado el Mayo de 2015, de Factor Comunicación: <http://www.factorde.com/blog/historia-de-google-plus>

Jiménez de Luis, Á. (31 de Marzo de 2015). Desmontando Google+. *El Mundo*.

MAN - Museo Arqueológico Nacional. (s.f.). Recuperado el Junio de 2015, de Museo: <http://www.man.es/man/home.html>

Marcefrasser. (23 de Enero de 2008). *El Turismo*. Recuperado el Mayo de 2015, de Blogdiario: <http://marcefrasser.blogdiario.com/>

MARQ. (2015). *Museo Arqueológico de Alicante*. Obtenido de <http://www.marqalicante.com/Paginas/es/EL-MUSEO-P13-M3.html>

MAVIT. (2013). Recuperado el Junio de 2015, de museo arqueológico virtual de Toledo: <http://mavit.toletho.com/>

Museo Arqueológico de Asturias. (2015). Recuperado el Junio de 2015, de asturnatura.com: <http://www.asturnatura.com/turismo/museo-arqueologico-de-asturias/2569.html>

Museo Arqueológico Provincial de Albacete. (s.f.). Recuperado el Junio de 2015, de Albacete siempre abierto: <http://www.albacetesiempreabierto.com/paseoporlbacete/museoarqueologicoalbacete.htm>

Museo Arqueológico Provincial de Badajoz. (s.f.). Recuperado el Junio de 2015, de <http://www.aytobadajoz.es/es/ayto/museosysalas/mys/429/museo-arqueologico-provincial-de-badajoz#.VYhjfvtmnp>

Museo Arqueológico Provincial de León. (s.f.). Recuperado el Junio de 2015, de Arqueología: <http://www.arqueologia.com/v2/museos/822.htm>

museo arqueológico provincial de Ourense. (s.f.). Recuperado el Junio de 2015, de musarqourense: [http://www.musarqourense.xunta.es/es/o-museo/historia\\_museo/](http://www.musarqourense.xunta.es/es/o-museo/historia_museo/)

Museo Castelló. (2006). Recuperado el Junio de 2015, de <http://www2.dipc.as/museos/BellesArts/historia.asp>

Museo de Arqueología e Historia. (s.f.). Recuperado el Junio de 2015, de galeon.com: <http://www.arkeomelilla.galeon.com/museo.html>

*Museo de Burgos.* (s.f.). Recuperado el Junio de 2015, de Historia del Museo:

[http://www.museodeburgos.com/index.php?option=com\\_content&task=section&id=4&Itemid=110](http://www.museodeburgos.com/index.php?option=com_content&task=section&id=4&Itemid=110)

*Museo de la Alcazaba o Arqueológico de Málaga.* (2015). Recuperado el Junio de 2015, de Diputación de Málaga: [http://www.malaga.es/es/turismo/patrimonio/cnl-93/lis\\_cd-4098/](http://www.malaga.es/es/turismo/patrimonio/cnl-93/lis_cd-4098/)

*Museo de La Naturaleza y el Hombre.* (2015). Recuperado el Junio de 2015, de Museos de Tenerife: <http://www.museosdetenerife.org/mnh-museo-arqueologico-de-tenerife/pagina/ver/presentacion#.VYhyFfntmkp>

*Museo de Navarra.* (2002). Recuperado el Junio de 2015, de Auñamendi Eusko Entziklopedia: <http://www.euskomedia.org/aunamendi/ee83490?ver=1>

*Museo de Pontevedra.* (2013). Recuperado el Junio de 2015, de museo depo: <http://www.museo.depo.es/>

*Museo de Prehistoria de Valencia.* (2008). Recuperado el Junio de 2015, de <http://www.museuprehistoriavalencia.es/>

*Museo de prehistoria y arqueología (MUPAC).* (2015). Recuperado el Junio de 2015, de Cantabria Infinita: <https://www.turismodecantabria.com/disfrutala/que-visitar/238-museo-de-prehistoria-y-arqueologia-mupac>

*Museo de Santa Cruz.* (Junio de 2010). Recuperado el Junio de 2015, de artegúas: <http://www.arteguias.com/museo/santacruztoledo.htm>

*Museo de Teruel.* (2008). Recuperado el Junio de 2015, de Información Museo: [http://museo.deteruel.es/DPT/museoprovincial/home.nsf/documento/el\\_museo](http://museo.deteruel.es/DPT/museoprovincial/home.nsf/documento/el_museo)

*Museo de Valladolid.* (s.f.). Recuperado el Junio de 2015, de Valladolid.com: <http://www.valladolid.com/museo-valladolid>

*Museo del Revellín.* (s.f.). Recuperado el Junio de 2015, de ArqueoTur: <http://www.arqueotur.org/yacimientos/museo-de-ceuta-museo-del-revellin.html>

*Museo Provincial de Ávila.* (s.f.). Recuperado el Junio de 2015, de ArqueoTur: <http://www.arqueotur.org/yacimientos/museo-provincial-de-avila.html>

*Museo provincial de Ciudad Real.* (2013). Recuperado el Junio de 2015, de Turismo provincial: <http://www.ciudad-real.es/turismo/provincial.php>

*Museo Provincial de Salamanca.* (2007). Recuperado el Junio de 2015, de Ver Salamanca: <http://www.versalamanca.com/museo-provincial-salamanca.html>

*Museo Provincial de Zamora.* (s.f.). Recuperado el Junio de 2015, de España es cultura: [http://www.xn--espaescultura-tnb.es/es/museos/zamora/museo\\_provincial\\_de\\_zamora.html](http://www.xn--espaescultura-tnb.es/es/museos/zamora/museo_provincial_de_zamora.html)

*Museu d'Arqueologia de Catalunya.* (2008). Recuperado el Junio de 2015, de El MAC: [http://www.santelmomuseoa.com/index.php?option=com\\_flexicontent&view=items&id=8354&Itemid=122&lang=es](http://www.santelmomuseoa.com/index.php?option=com_flexicontent&view=items&id=8354&Itemid=122&lang=es)

*Museu de Mallorca.* (s.f.). Recuperado el Junio de 2015, de Govern de les Illes Balears: <http://museudemallorca.caib.es/sacmicrofront/contenido.do?mkey=M1212111347051112298223&lang=CA&cont=55207>

OBS, C. (2015). *Situación del sector de las redes sociales.* Recuperado el Mayo de 2015, de Estudio OBS Social Media: <http://www.obs-edu.com/noticias/estudio-obs/espana-aumenta-el-numero-de-usuarios-activos-en-redes-sociales-en-2014-y-llega-los-17-millones/>

*Patrimonio Cultural de Aragón.* (s.f.). Recuperado el Junio de 2015, de Museos: <http://www.patrimonioculturaldearagon.es/>

*Patrimonio Histórico de Catilla La Mancha.* (s.f.). Recuperado el Junio de 2015, de Museos: <http://www.patrimoniohistoricoclm.es/>

Piergiorgio, M. S. (6 de Junio de 2014). Turismo arqueológico en España. *La Vanguardia*.

Ponce, I. (17 de Abril de 2012). Historia de las redes sociales. *Internet-Web 2.0*, págs. 3-10.

*Portal de Turismo de la Junta de Castilla y León.* (2015). Recuperado el Junio de 2015, de Arte, Cultura y Patrimonio: <http://www.turismocastillayleon.com/>

Practicopedia. (3 de Febrero de 2014). *Cómo es la historia de Facebook.* Recuperado el Mayo de 2015, de Internet y Ordenadores: <http://internet-y-ordenadores.practicopedia.lainformacion.com/facebook/como-es-la-historia-de-facebook-20854>

Romero, A. (24 de Septiembre de 2014). *Arqueoturismo, patrimonio arqueológico como recurso turístico.* Recuperado el Mayo de 2015, de CIDECOT: <http://www.cidecot.net/arqueoturismo/>

*San Telmo Museoa.* (2015). Recuperado el Junio de 2015, de donostiakultura.com: [http://www.santelmomuseoa.com/index.php?option=com\\_flexicontent&view=items&id=8354&Itemid=122&lang=es](http://www.santelmomuseoa.com/index.php?option=com_flexicontent&view=items&id=8354&Itemid=122&lang=es)

Schindler, R., & Bickart, B. (2007). Published Word of Mouth: Referable, Consumer-Generated Information on the Internet. *Online consumer psychology: Understanding and influencing behavior in the virtual world*, 35-61.

Sosa Socorro, J. J. (1 de Julio de 2011). *eWOM en la industria turística. El caso de Gran Canaria en TripAdvisor.* Recuperado el Mayo de 2015, de WordPress: <https://canariasetourism.files.wordpress.com/2011/01/ewom-en-la-industria-turistica-el-caso-de-gran-canaria-en-tripadvisor1.pdf>

SpainInfo. (2015). *Turismo de España*. Obtenido de <http://www.spain.info/es/>

TripAdvisor. (2015). *Acerca de TripAdvisor*. Recuperado el Mayo de 2015, de TripAdvisor España: [http://www.tripadvisor.es/PressCenter-c6-About\\_Us.html](http://www.tripadvisor.es/PressCenter-c6-About_Us.html)

TripAdvisor. (2015). *Nuestro equipo*. Recuperado el Mayo de 2015, de TripAdvisor España: [http://www.tripadvisor.es/PressCenter-c5-Our\\_Team.html](http://www.tripadvisor.es/PressCenter-c5-Our_Team.html)

TripAdvisor, I. (2015). *FORM 10-K*. Massachusetts: EDGAR Online.

Vega, G., & Suárez, A. (2015). *Introducción a la Museografía*. Recuperado el Junio de 2015, de Fundación FIART: <http://www.fundacionfiart.org/archivo-formacion/introduccion-a-la-museografia-ejemplos-practicos-impartido-por-gracia-vega-y-alicia-suarez/>

*Visita al Museo Arqueológico de Palencia*. (2012). Recuperado el Junio de 2015, de Palencia Patrimonio: <https://palenciapatrimonio.wordpress.com/2012/03/27/visita-al-museo-arqueologico-de-palencia/>

Vitry, C. (2015). *Turismo y patrimonio arqueológico*. Recuperado el Abril de 2015, de Naya: [http://www.equiponaya.com.ar/turismo/postura\\_turismo\\_y\\_patrimonio.htm](http://www.equiponaya.com.ar/turismo/postura_turismo_y_patrimonio.htm)

WordPress. (2008). *Definición de Arqueología*. Recuperado el Abril de 2015, de Definición: <http://definicion.de/arqueologia/>