

LA CUEVA DE EL CASTILLO (PUENTE VIESGO, CANTABRIA): UN ESTUDIO DE LOS AFECTOS QUE AFLORAN ENTRE SUS VISITANTES

El Castillo Cave (Puente Viesgo, Cantabria): A study of the affects that appear among its visitors

David Vélaz Ciaurriz¹ 

¹Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)

Palabras clave: arqueología pública, sentimientos, emociones, lenguaje R, Shyuzet

Keywords: public archaeology, sentiments, emotions, R language, Shyuzet

1. Introducción

De acuerdo con la Society for American Archaeology uno de los objetivos de la Arqueología pública es investigar las formas en la que se puede involucrar al público en la investigación arqueológica "... as an audience, as clients, and as equal partners" (SAA, 2024). En este sentido, las redes sociales y las diferentes plataformas digitales se han convertido en aliados que facilitan la interacción entre público y yacimiento arqueológico y permiten al primero tomar un papel activo, protagonista y con responsabilidad sobre los contenidos que se van generando, por ejemplo, a través de las reseñas de Google.

Del mismo modo, para que la investigación de cualquier manifestación histórica o cultural sea completa, es necesario conocer las pautas de recepción y comprensión en que se basa la relación con los destinatarios de estos bienes, especialmente en aquellos proyectos en los que se pretende un enfoque participativo-social. Para algunos autores el análisis de los sentimientos y las emociones es un recurso metodológico de sumo interés para estudiar las formas en que los actores, tanto individuales como colectivos, se posicionan frente a los diversos significados que componen el sistema cultural (Rodríguez, 2008). Así, una aproximación a los afectos que despierta un yacimiento con arte prehistórico en la actualidad, como es el caso de la cueva de El Castillo, permitirá un mejor entendimiento e interpretación del mismo, especialmente por parte de los profesionales encargados de ello.

La cueva de El Castillo fue descubierta en 1903 por Hermilio Alcalde del Río y excavada por Hugo Obermaier & Paul Wernert entre 1910 y 1914. Presenta una amplia estratigrafía que comprende desde estadios del Paleolítico inferior hasta la Edad del Bronce. Entre sus manifestaciones artísticas, destacan tanto los hallazgos de arte mueble como las pinturas rupestres, algunas con una antigüedad superior a los 40.000 años. Este hecho, junto con la inclusión del yacimiento en 2008 en la lista del Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO, hace que sea un lugar muy visitado por el público que, a través de las redes sociales y las plataformas digitales, refleja sus impresiones

y genera una muestra para el análisis de gran interés para analizar los afectos. Este es el objetivo que pretende este trabajo: analizar los sentimientos y emociones que la cueva de El Castillo despierta entre sus visitantes a través de una metodología cuantitativa desde entornos de programación en R. Ésta, aunque ampliamente aplicada en el campo de las ciencias sociales, especialmente para el análisis de redes sociales, apenas se ha extrapolado a la historia y la arqueología y, menos aún, a contextos de arte prehistórico.

2. Materiales y Métodos

Para la descarga de las reseñas vertidas para la cueva de El Castillo en Google se ha hecho uso de una técnica de Web Scraping o raspado web, a través de la extensión Instant Data Scraping desarrollada por Web Robots. De este modo, se han recuperado las reseñas que sobre el yacimiento se han vertido en Google a lo largo de los tres últimos años, al considerarse que se trata de una muestra lo suficientemente amplia y representativa como para proceder con su análisis. Se accedió a la información el 3 de mayo 2024, recuperándose 1684 reseñas de las que 949 presentaban comentario adjunto, lo que supone un 56,35% del total recuperado.

El tratamiento y análisis de los datos recuperados se ha llevado a cabo desde un entorno de programación en lenguaje R. El desarrollo del código se ha realizado a través de RStudio, en concreto a través la librería Syuzhet (Jockers, 2023), que permite extraer sentimientos y emociones a partir de textos usando diferentes diccionarios, entre los que se encuentra el NRC Emotion Lexicon, que es el que se ha considerado para proceder con los análisis en este trabajo. Se trata de un corpus léxico desarrollado por el National Research Council of Canada (NRC) en el que cada una de las palabras consideradas tiene preasignado un valor, tanto para el caso de los sentimientos como para las emociones. Aquellos términos que no se encuentran recogidos en el diccionario tiene un valor de 0. De este modo, existen palabras que tienen un valor asignado a su carga sentimental, tanto positiva como negativa, así como a una serie de emociones, que pueden ser varias para un mismo término. Estas hay que relacionarlas con las ocho emociones básicas definidas por Robert Plutchik (2001) y que son: enfado, anticipación (expresión del pensamiento racional), asco o indignación, miedo, alegría, tristeza, sorpresa y confianza. El procesamiento de los datos se ha trabajado en castellano, por ser éste el idioma predominante en los textos de las reseñas.

3. Resultados y Discusión

La **Tabla 1** muestra los estadísticos básicos obtenidos del análisis de sentimiento. Puede apreciarse que el valor mínimo obtenido es -6 y que se relaciona con una reseña publicada dos meses antes de la fecha de recuperación de los datos y que presenta el siguiente texto: "Me parece triste que en el siglo XXI tengas que bajar a otro sitio a buscar una entrada ya que la que

atiende en la entrada la cueva no expende tickets, a ver si nos modernizamos". En el extremo contrario, tenemos una reseña a la que se le ha asignado el valor máximo de polaridad positiva (+13). Se corresponde con un texto redactado hace dos años y del que se preroducen algunos fragmentos: "Nuestra guía fue un encanto, nos explicó todo muy bien y fue muy amable... La cueva es impresionante... Experiencia única y 100% recomendable".

Valor Mínimo	1 ^{er} Cuartil	Media	Mediana	Suma	3 ^{er} Cuartil	Valor Máximo
-6,0000	0,0000	1,506	1,0000	1429	2,0000	13,0000

Tabla 1. Estadísticos básicos obtenidos en el análisis de sentimientos.

Emoción	Mínimo	1 ^{er} Cuartil	Media	Mediana	3 ^{er} Cuartil	Valor Máximo	Presencia Total
Enfado	0,0000	0,0000	0,2266	0,0000	0,0000	6,0000	5,77%
Anticipación	0,0000	0,0000	0,6712	0,0000	1,0000	8,0000	17,11%
Disgusto	0,0000	0,0000	0,1654	0,0000	0,0000	11,0000	4,22%
Miedo	0,0000	0,0000	0,3909	0,0000	1,0000	9,0000	9,96%
Alegría	0,0000	0,0000	0,6976	0,0000	1,0000	9,0000	17,78%
Tristeza	0,0000	0,0000	0,4320	0,0000	1,0000	10,0000	11,01%
Sorpresa	0,0000	0,0000	0,4636	0,0000	1,0000	5,0000	11,82%
Confianza	0,0000	0,0000	0,8767	0,0000	1,0000	10,0000	22,34%

Tabla 2. Estadísticos básicos obtenidos en el análisis de emociones.

En cuanto al número de entradas asignadas a cada uno de los diferentes niveles de polaridad, decir que de las 949 reseñas analizadas, ochenta y una (el 8,54%) presentan una polaridad negativa, comprendida entre -6 y -1. Seiscientas seis reseñas (el 63,86%) presentan una polaridad positiva comprendida entre 1 y 13, si bien no existen entradas para la categoría 10. El resto de reseñas se consideran como neutras (27,61%). En este sentido, es posible afirmar que la valencia general que subyace en las reseñas analizadas es marcadamente positiva. Esta aseveración está fundada tanto por la media obtenida, muy por encima de la unidad (+1,506), como por la suma de las valencias en todas las categorías, que aporte un valor de +1429.

El análisis de las emociones devuelve una serie de estadísticos básicos para cada una de las emociones (**Tabla 2**). Es posible advertir como las emociones más presentes son la confianza y la alegría. Para el caso de la con-

fianza es posible identificar las reseñas a la que se le ha asignado los valores máximos para esta emoción. Es el caso, por ejemplo, de una entrada subida a Google hace un año y de la que se reproducen los siguientes fragmentos: "La visita más impactante que he realizado en el contexto de contemplar y aprender acerca del arte paleolítico. Más que Altamira sin lugar a dudas... situación emocionante e irreal, algo que te deja una huella perenne...".

Del mismo modo, es posible hacer lo propio con la alegría y mencionar mencionar el texto de una reseña subida a la plataforma hace un año en la que se dicen cosas como : "Me encantó. Jose nuestro guía nos lo explicó todo maravillosamente. Impresionan las dimensiones... Maravilloso...".

4. Conclusión

La interpretación de los resultados obtenidos evidencia el yacimiento de la Cueva de El Castillo despierta entre sus visitantes unos sentimientos marcadamente positivos y unas emociones agradables, entre las que priman la confianza y la alegría. De acuerdo con la teoría de las emociones de Plutchik, de la combinación de estas emociones subyacen otras, de carácter secundario pero igualmente presentes, como el amor. No obstante, es cierto que los afectos despertados pueden verse contaminados por elementos ajenos al propio arte, como el trato que le haya dispensado el personal encargado del yacimiento, el guía o el estado de los accesos, por citar unos ejemplos... También lo es que la propia situación afectiva del visitante condicione su visita. O incluso puede ser que, alguna reseña, puede estar escrita por gente que ni tan siquiera haya visitado el yacimiento. Sin embargo, desde la perspectiva del análisis de sentimientos y emociones estos hechos no pueden considerarse limitantes o condicionadores. Lo que interesa es identificar y analizar la carga afectiva del usuario o usuaria en cuestión, y esta se proyecta desde el momento en que este o esta tiene la voluntad de pronunciarse a través de un texto, con independencia que haya estado o no físicamente en el emplazamiento sobre el que escribe.

Este es el gran potencial que esta metodología, a nuestro entender, tiene no sólo para el análisis de yacimientos con arte rupestre abiertos al público sino para todos aquellos proyectos en los que se pretende un enfoque participativo-social. Permite a los profesionales de la arqueología conocer con más profundidad las pautas de recepción y comprensión en que se basa la relación de los visitantes con el yacimiento, pudiendo con ello lograr entre estos una mayor involucración y la generación de experiencias más satisfactorias.

Bibliografía

Jockers, M. L. (2023). *Introduction to the Syuzhet Package*. <https://cran.r-project.org/web/packages/syuzhet/vignettes/syuzhet-vignette.html>

Plutchik, R. (2001). The nature of emotions. *American Scientist*, 89(4), 344–350.

Rodríguez, T. (2008). El valor de las emociones para el análisis cultural. *Papers*, 87, 145–159. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v87n0.793>

SSA-Society for American Archaeology. (2024). *What is Public Archaeology?*. <https://www.saa.org/education-outreach/public-outreach/what-is-public-archaeology>