

Periodismo y prehistoria: retos éticos en la comunicación social de la ciencia

Carlos MACIÁ-BARBER
Universidad Carlos III de Madrid
carlos.macia@uc3m.es

Resumen

Los análisis cuantitativo y cualitativo de los mensajes periodísticos relativos al ámbito de la Prehistoria (n=65) difundidos en 2010 por los principales diarios de información general españoles (*El País* y *El Mundo*) muestran un predominio palmario del género informativo (noticia) frente a los géneros interpretativos, en especial, el reportaje. Las fuentes, con frecuencia institucionales, resultan limitadas y se aprecia una homogeneización de las voces expertas (noticia acatamiento). Estos diarios perfilan una disciplina orientada a lo educativo, al entretenimiento, a la cohesión de la comunidad y al desarrollo económico.

Palabras clave: Ética; comunicación social de la ciencia; prehistoria; periodismo especializado; España

Journalism and Prehistory: Ethics Challenges in the Social Communication of Science

Abstract

The quantitative and qualitative analysis of journalistic messages about Prehistory (n =65) released in 2010 by leading Spanish newspapers (*El País* and *El Mundo*) show a glaring predominance of news against the interpretative genres, especially the in-depth report. The often institutional sources are poor and there is a worrying homogenization of expert voices. These newspapers present this discipline connected to education, entertainment, the cohesion of the community and the economic development.

Key words: Ethics; Social Communication of Science; Scientific Journalism; Specialised Journalism; Prehistory; Spain

Referencia normalizada:

Maciá Barber, C. (2013) Periodismo y prehistoria: retos éticos en la comunicación social de la ciencia. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 18 N° Especial Octubre. Págs. 799-811.

Sumario: 1. Introducción. 2. Estado de la cuestión. 3. Metodología. 4. Pautas éticas para la comunicación social de la ciencia. 5. Tratamiento periodístico sobre la Prehistoria: una aproximación. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas. 8. Notas.

1. Introducción

El descifrar quiénes somos y de dónde procede nuestra especie fundamenta desde sus inicios cuantas narraciones se han compuesto sobre el origen y remoto pasado humano: el Popol Vuh maya, el Enuma Elish babilónico, el Génesis bíblico, el Kojiki japonés, el Rig Veda indio... Los elementos básicos que integran todo relato —también el periodístico— se condensan en los interrogantes que integran el *lead* de la noticia, paradigma de la quintaesencia informativa —qué, quién, cuándo, **dónde**, **cómo** y por qué—, en los que el reportaje profundiza, desarrollándolos, para conferir el pertinente contexto y significado de los hechos, posibilitando a la ciudadanía una cabal comprensión e interpretación de los acontecimientos. Y esta respuesta a las complejas incógnitas sobre la aparición del género *homo* y su proceso evolutivo estuvo históricamente condicionada y contaminada por sesgos y prejuicios que derivan de las inherentes implicaciones religiosas, científicas, éticas, deontológicas, políticas y educativas que rodean la Prehistoria (Ruiz, 2009). Por tanto, es inmensa la responsabilidad social y el compromiso deontológico profesional tanto de los científicos como de los reporteros, dado que la población carece de suficiente adiestramiento para alcanzar a deslindar la verdad de todo cuanto rodea la difusión pública de los enigmas paleoantropológicos y arqueológicos. Las dificultades para aprehender los avances de la Prehistoria derivan de la naturaleza de una disciplina altamente tecnificada y marcadamente pluridisciplinaria. Lo que demanda, a la postre, una verdadera especialización periodística.

La información y divulgación de la I+D+i se enmarca en la simbiosis y retroalimentación informativas, la alfabetización científica y mediática, la estrategia de imagen y rendición de cuentas personal e institucional, la búsqueda de recursos económicos y el entretenimiento. La interrelación entre expertos de las humanidades, las ciencias sociales y las ciencias experimentales presenta singularidades por la consideración social de sus actores. En el escalafón español del prestigio social se otorga enorme consideración al científico pero escasa al periodista (Centro de Investigaciones Sociológicas, 2013). Resultados similares se observan en el ámbito europeo (Fundación BBVA, 2012). Al tiempo, para los reporteros, los científicos se erigen en las fuentes informativas con mayor credibilidad (Maciá-Barber y Herrera, 2010). Lo que induce a pensar que el ciudadano supera la desconfianza en el intermediario gracias a su profunda fe en el investigador, sin cuestionar sus intereses, intenciones y proceder. Un escepticismo que, por el contrario, sí alberga, por principio, todo reportero riguroso en sus indagaciones en la búsqueda de la verdad posible. Aunque no falte la proclividad a lo banal cuando se abordan temas arqueológicos (Rodríguez, 2007).

2. Estado de la cuestión

La comunicación social de la ciencia es un reto mundial del siglo XXI, al que no es ajeno la arqueología: “la divulgación —efectiva, rigurosa y amena— de sus descubrimientos y logros, de su valor como disciplina histórica y social, y de su importancia para la construcción de identidades en el mundo contemporáneo” (Ruiz, 1996: 96). Es relativamente reciente la discusión en torno a la relación de la arqueología y sus profesionales con la sociedad en el contexto de la denominada *public archaeology* (McGimsey, 1972). Las investigaciones propias de la prehistoria son de interés general y poseen repercusiones públicas reales (financiación, contratación, generación de recursos...), pero, principalmente entrañan relación y vinculación de la ciudadanía con su patrimonio, como reafirmación de la identidad y la territorialidad. Lo arqueológico, de modo más o menos directo, en menor o mayor medida, es un elemento presente en el imaginario y la existencia de toda comunidad, defiende Almansa (2011: 90):

Si la arqueología trata de crear un conocimiento novedoso desde el estudio de los restos materiales de sociedades pasadas, la Arqueología Pública estudia todas las relaciones entre dicha arqueología y la sociedad contemporánea con el ánimo de mejorar la coexistencia entre ambos y lograr un entendimiento generalizado del valor y uso de la arqueología.

Uno de los ámbitos de estudio de la *arqueología pública* incluye la representación de la arqueología en los medios de comunicación (Ascherson, 2000) y dos de los pilares del código de conducta de la European Association of Archaeologists (1997) son el comportamiento ético y la difusión de la información (art. 1.3):

In achieving that end archaeologists will take active steps to inform the general public at all levels of the objectives and methods of archaeology in general and of individual projects in particular, using all the communication techniques at their disposal.

Por tanto, a la empresa informativa se le exhorta a que realice una labor social de protección, difusión y revalorización del patrimonio arqueológico (Lavin, Yáñez y Lain, 1996: 103). Dos itinerarios aparecen en el horizonte mediático: el modo en que los medios presentan la arqueología al público (Jameson, 1997; McManamon, 2000; Finn, 2001; Clack y Britain, 2007) y la imagen que sobre la disciplina y el patrimonio se compone a través de los medios (Hadleigh, 1990; Ascherson, 2004; Joffe, 2006; Carmona, 2006; Holtorf, 2007). Desde la década de los ochenta del siglo XX existe en el contexto anglosajón (Estados Unidos, Reino Unido) una creciente preocupación por explorar ambos caminos; no así en el caso español. La reivindicación de la necesidad de colmar el vacío de estudios sobre el tratamiento periodístico del mundo de la arqueología en nuestra prensa arranca de lejos (Ruiz, 1996; Ruiz y Mansilla, 1999), pero solo durante el último decenio se observa un paso cualitativo en el estudio y la divulgación de resultados mediante un estudio interdisciplinar de la cobertura periodística en materia arqueológica, en un sentido amplio (Meneses, 2004 y 2011; Villarrubia, 2005a y 2005b; Rodríguez, 2007; Fraguas, 2012).

La investigación científica en España se ha centrado en la prensa diaria y las revistas (Ruiz y Mansilla, 1999; Meneses, 2004; Villarrubia, 2005a¹; Ruiz, 2007; Rodríguez, 2007), dejando a un lado, salvo excepciones (Ruiz y Mansilla, 1999; Meneses, 2011), el análisis de la información y divulgación sobre temas de la Prehistoria en radio, televisión y medios digitales, en el actual contexto evolutivo de soportes y estilos que transforma el consumo mediático y al que para difundir mejor su mensaje inevitablemente debe adaptarse el arqueólogo (Harding, 2007), para el que se reclama el conocimiento de nociones fundamentales de comunicación y periodismo (Meneses, 2011: 378).

3. Metodología

Para perfilar los rasgos de la difusión informativa vinculada al mundo de la Prehistoria se diseñó una muestra, a modo de cata, que incluyó los dos principales diarios españoles generalistas (*El País* y *El Mundo*), que representaban el 21,38% del total de lectores de diarios en España (Estudio General de Medios. 3^{er} año móvil 2010). El periodo de análisis abarcó 2010, año en que se anunció la obtención del borrador de la secuencia del genoma del hombre de Neandertal (Green *et al.*, 2010), hito que bien ilustra el carácter pluridisciplinar de este ámbito de investigación. El propósito básico era descubrir posibles prácticas y tendencias —géneros, temas, autoría, fuentes, deontología— que ayudarán a aquilatar las necesarias y futuras investigaciones de campo exhaustivas.

Se recopilaron 65 mensajes periodísticos estudiándose también cuantos se centraban en la información museística, por ser necesarios, útiles y trascendentes, aunque fueran esencialmente promocionales en amplio sentido (exposiciones, muestras) (*El País*, n=2 y *El Mundo*, n=8). Sí se descartaron, por contra, cuantos abordaban la ficción literaria ambientada en el pasado prehistórico. Igualmente, los que se circunscribían en exclusiva a temas y descubrimientos paleontológicos.

Los mensajes se analizaron tanto cualitativa como cuantitativamente mediante un significativo conjunto de variables, que aislan e interrelacionan los principales indicadores, manifiestos u ocultos, de la naturaleza de cada género periodístico, así como sus bondades y deficiencias desde la perspectiva deontológica: a) valoración del tratamiento periodístico: relevancia informativa (criterios de lo noticioso) y empleo de los géneros (informativos, interpretativos, de opinión); b) análisis de las fuentes informativas: número, clase y fiabilidad; c) prospectiva y valoración de intereses: económicos (responsabilidad social empresarial, mercadotecnia, patrocinio); científicos (financiación, preeminencia, protagonismo personal); sociales (educativos, culturales, económicos) y empresariales (línea editorial, audiencia, sensacionalismo, lucro); y d) deontología profesional: principios éticos de la investigación científica; normas, recomendaciones y códigos deontológicos periodísticos.

Para determinar las pautas que rigen y que se exigen a los periodistas en su quehacer profesional se examinaron los contenidos de 82 códigos deontológicos, normas, pautas y recomendaciones de diverso signo (medios de comunicación, asociaciones profesionales, sindicatos, instituciones públicas y privadas, ONG) y diferente alcance geográfico (autonómico, español e internacional). La base de datos que se empleó fue elaborada en el marco de una investigación del Plan Nacional I+D+i de investigación fundamental no orientada, denominada “Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de la ciudadanía en Madrid”, que financió entre 2006 y 2010 el Ministerio de Educación y Ciencia de España (SEJ2006-05631-C05-03/SOCI).

De modo análogo, para delimitar el recto proceder profesional en el campo de la arqueología, se recurrió a los códigos con los que se dotan sus investigadores y profesionales. En el caso de España, las diversas secciones de arqueología de los colegios de doctores y licenciados han proclamado principios que pretenden ser un complemento de la legislación nacional sobre Patrimonio Histórico y Cultural, haciendo hincapié en aquellos aspectos que no recoge la Ley, al objeto de solucionar conflictos y acrisolar la profesión (por ejemplo, Castilla-La Mancha, en 2012). Una corriente que ha cobrado empuje en las dos últimas décadas, desde los principios deontológicos elaborados durante el II Congreso Mundial de Arqueología (1990), a los que siguieron los del Archaeological Institute of America (1991), la Australian Archaeological Association (1991), la Society for American Archaeology (1995), la European Association of Archaeologists (1997), la Sociedade de Arqueología Brasileira (1997), la Canadian Archaeological Association (1999), o la Asociación Profesional de Arqueólogos Profesionales de Argentina (2003), entre otras instituciones. Con todo, el camino para extender las obligaciones éticas se prevé lento (Hornos, 2001: 44, citado por Moya, 2010: 23).

4. Pautas éticas para la comunicación social de la ciencia

En la divulgación de los avances científicos deben existir estándares éticos que presidan el quehacer de periodistas, científicos y técnicos, pues coadyuvan a defenderse de las presiones e injerencias, entre otras, de la clase política, de los anunciantes, de los poderes económicos o del propio tejido industrial. Los cimientos éticos de la comunicación social de la ciencia se asientan en cinco principios: veracidad informativa, imparcialidad interpretativa, defensa de la libertad de información, fidelidad a la empresa y voluntad de servicio al sector o especialidad. Por consiguiente, son múltiples las responsabilidades del divulgador científico: su responsabilidad social como administrador del derecho fundamental a la información de la ciudadanía; el respeto a los derechos humanos; la solicitud hacia la audiencia; y la consideración a su empresa.

En relación con la divulgación científica, los principales referentes éticos en España para los periodistas son el código ético y deontológico del periodista especializado y técnico (Asociación Iberoamericana de Periodistas Especializados y Técnicos) (1994) y las recomendaciones sobre la comunicación social de la ciencia y la tecnología del Consejo Audiovisual de Andalucía (2007). En síntesis, las bases éticas en la tarea del informador en temas científicos serían:

a) Emplear procedimientos dignos para la obtención de información. Evitar el perjuicio a terceros y respetar la integridad de las personas y las entidades.

b) Citar expresamente la fuente informativa. Facilitar siempre todas las versiones, salvo que la fuente decline ofrecerla o no pueda consultarse, circunstancia que siempre se indicará. No tienen cabida los juicios o conclusiones apresuradas sin el debido contraste. Respetar la confidencialidad de sus fuentes, excepto en los supuestos de manifiesta falsedad o manipulación.

c) El exquisito cumplimiento de la obligación de rectificar la información falsa o incorrecta.

d) La distinción inequívoca entre información y opinión, evitando en especial la confusión entre los hechos y las conjeturas, que junto a los rumores deben ser desterrados. Todo contenido promocional o publicitario se diferenciará de modo inequívoco del informativo.

e) Potenciar y asegurar la especialización científica para gozar de la profundidad y el rigor necesarios en las interpretaciones de los hechos y los contenidos de los mensajes.

f) Mantener la independencia ante los intereses empresariales, comerciales o económicos, del sector o especialidad en el que desarrolla su actividad profesional, o de sus industrias auxiliares o conexas, en especial las contrapartidas a cambio de inserción de publicidad. En caso contrario, estos intereses deben ser aprobados por la empresa periodística y ser conocidos por el público objetivo del medio. Se distinguirá con claridad la información elaborada por empresas, instituciones y gabinetes de comunicación.

g) Toda invitación a convocatorias, viajes, presentaciones y actos sociales debe tener como destinatario al medio, que designará al periodista para la eventual cobertura. Debe renunciar a cuantas retribuciones, gratificaciones y regalos cuya valoración exceda la mera cortesía y que tengan como finalidad pagar, fomentar, orientar o influir en la tarea del informador.

Estas premisas, aunque principalmente dirigidas a los reporteros, requieren por igual del concurso y la implicación activa de cuantos profesionales trabajan en los medios así como de la comunidad científica y de todos los agentes sociales que participan en la construcción, transmisión y transformación del conocimiento: los docentes, el sistema educativo, las familias, las instituciones culturales —bibliotecas, videotecas, librerías, editoriales, productoras—, entre otros. Debe fomentarse la idea

de que el progreso de la ciencia no sólo implica avances tecnológicos, sino también mejoras en el ámbito humanístico, en el terreno de la política, de la cultura y de las relaciones sociales.

La ética no es ajena al ejercicio de la arqueología, ni a su autorregulación, ni a su formación profesional en España². Dejando a un lado su vertiente ontológica (Lull, 2007), la preocupación gravita en torno a la premisa de que los resultados de las investigaciones deben darse a conocer públicamente en un lapso de tiempo razonable y en el mayor número de ámbitos posible. De hecho, “la finalidad última de su trabajo ha de ser la difusión de datos, análisis y evidencias históricas entre la sociedad a la que sirve”³. Y ahí los medios de comunicación juegan un papel preponderante frente a las publicaciones científicas. Una misión capital para la que no faltan reconocimientos públicos⁴.

Pero, al tiempo, el arqueólogo asume la corresponsabilidad del posible impacto de su trabajo pues debe evitar el uso indebido de los resultados, entre otras tribunas, también en las mediáticas, dado que “intentará que las conclusiones de sus trabajos o estudios históricos no sean utilizados con fines políticos, partidistas, discriminantes en razón del sexo, raza o religión, o que atenten contra derechos fundamentales del ser humano”⁵. Por desgracia, máxime en el actual contexto de brutal crisis económica y de valores, una visión de la ética empresarial minimalista en los medios de comunicación socava la calidad del producto informativo, manipulándolo o desnaturalizándolo. Contribuiría a corregir esta disfunción, extendida en demasía, el implantar y consolidar un mecanismo que garantice prácticas éticas en la organización informativa (sello ético, norma de calidad ética), objetivo de un proyecto de investigación del Plan Nacional I+D+i español, titulado “Deontología y excelencia informativa: implantación y consolidación de prácticas éticas en el empresa periodística” (CSO2010-15575/COMU) que se desarrolla en la Universidad Carlos III de Madrid (2011-2013).

5. Tratamiento periodístico sobre la prehistoria: una aproximación

La ética de la divulgación social de la ciencia, en el caso concreto de la información sobre la prehistoria, apunta en la prensa, de modo prospectivo, unos rasgos específicos:

a) Se aprecia un palmario predominio del género informativo. El 75,4% de los mensajes que aparecieron fueron noticias. Lo que implica que si bien se facilita a la ciudadanía puntual información de ciertos hechos y acontecimientos, se le impide de facto un conocimiento cabal, profundo y contextualizado de la realidad, el propio del propósito y naturaleza de los géneros periodísticos interpretativos, escasamente representados: entrevista (4,6%), crónica (4,6%) y reportaje (12,3%). En este último caso, no se aplicó un criterio de clasificación restrictivo: bastaba con el afán de profundizar (extensión), la estructura y el estilo libres, el esfuerzo creativo del autor,

una titulación apropiada y la consulta generosa de fuentes. La opinión se reduce a un 3,1%.

b) Existe un abuso del anonimato. La omisión del nombre del autor en las piezas examinadas (33,8%) está en concordancia con la escasa presencia de los géneros interpretativos (entrevista, crónica, reportaje), donde la autoría –la firma– constituye un elemento de prestigio y credibilidad. El problema que plantea ignorar quién o quiénes elaboran los textos es que se hurta al ciudadano de un dato que le permite conceder credibilidad suficiente al mensaje. Este notorio indicador del corriente recurso a las notas de prensa invita a pensar que no se transmite tanto la verdad posible de la realidad sino tan solo aquella que más, o únicamente, interesa al emisor. Lo que no es periodismo sino mercadotecnia o propaganda porque transforma al informador, supuesto escéptico investigador, convirtiéndole en mero portavoz de intereses ajenos, por legítimos que sean. En un solo caso se indicó la autoría de una agencia de noticias.

No obstante, y en contraposición, se aprecia una significativa especialización periodística entre los autores, sea por su habitual labor de cobertura de la disciplina (*El País*), bien por ocuparse usualmente del tema en su ámbito regional o local (*El Mundo*).

c) Escasez de fuentes informativas. La fuente única se explica en el caso de la entrevista de actualidad, donde el entrevistado es quien facilita información u ofrece su opinión. Pero no encuentra asiento en los restantes géneros. El reporteroismo monocromo es una aberración (29,2%), por reduccionista. Y apunta a las claras al poder e influencia de las fuentes compulsivas, como los gabinetes, que suministran un mensaje técnicamente elaborado pero acrítico e interesado. Y no digamos ya de la aterradora ausencia de fuentes (9,2%) o de las fuentes sin identificar (4,2%). La media de fuentes por mensaje es exigua (1,12) aunque coherente con la naturaleza y propósito de cada género periodístico (pasa de 1,28 en el caso de la noticia a 3,80 en los interpretativos). Pero en el conjunto, el contraste con las fuentes es pobre.

Sin ignorar que toda institución o persona posee unos innegables intereses, por lo general legítimos, las fuentes no deben situarse al mismo nivel, sin más. Un peligro que siempre acecha y que debe evitarse a toda costa. Por fortuna, se aprecia un predominio claro de las fuentes expertas (arqueólogos, paleoantropólogos) (53,5%) frente a las oficiales e institucionales: políticas (9,9%), técnicas (14,1%), empresariales (12,7%) y los medios (5,6%). Pero se constata, al mismo tiempo, una tendencia inequívoca a conceder plena voz solo a los protagonistas de los hechos y autores de las investigaciones, sin contrapunto alguno, salvo en el caso de los géneros interpretativos, en los que aumenta la ratio gracias a la versión coral. La práctica de los diarios analizados no es uniforme, sino contrapuesta. Mientras se observa un recurso frecuente, casi rutinario, a la nota de agencia o a la rueda de prensa a través de la fuente institucional o política en la cobertura de *El Mundo*, por contra, la pauta en *El País* es la vía del experto vehiculada a través de las publicaciones científicas de

renombre. En correspondencia, la credibilidad del mensaje es mayor en la segunda cabecera.

d) Los contenidos que difundió la prensa aluden a los múltiples campos que cabe englobar en la disciplina: investigación (hallazgos), divulgación de resultados (publicaciones, apertura de museos, campaña didáctica, libros, jornadas), gestión del patrimonio (inventarios de yacimientos, itinerarios culturales⁶, iniciativas institucionales, reconocimientos oficiales) y galardones (menciones, premios, homenajes).

No obstante, la preponderancia de ciertos temas resulta innegable y puede hablarse de focalización temática. Destaca, así, Atapuerca (33,8%), como yacimiento de referencia, y el entorno científico y divulgativo que ha generado: Museo de la Evolución Humana (MEH) y el Centro Nacional de Investigación sobre Evolución Humana (CENIEH). En segundo término, el conjunto de acciones divulgativas sobre descubrimientos, teorías o labor científicas que genera la disciplina: 24,3% (jornadas, rutas, visitas organizadas, exposiciones). Asuntos con habitual presencia, ya secundarios, son la gestión patrimonial (8,1%), la evolución humana (8,1%), Altamira (5,4%), premios y reconocimientos (5,4%), así como puntuales y relevantes descubrimientos de la arqueología prehistórica fuera de España (10,8%).

e) No se constatan indicios indubitados de manipulación informativa cometidos por los reporteros, solos o con la posible anuencia de los investigadores. Lo que no anula cierto grado de manipulación inconsciente, fruto de la indebida cobertura, por superficial (falta de profundidad o contraste), por incorrecta (escasez o fiabilidad de las fuentes, titulación exagerada) o por contaminación (rutina de trabajo basada en exclusiva en notas de gabinete de comunicación o asistencia a ruedas de prensa). Y esa fisura existe, aun cuando no resulte dramática. De ahí la trascendencia de los estudios comparativos sobre el terreno que ayudan a descubrir fallas gracias a los matices. La titulación suele ser piedra de toque para detectar divergencias, dado que es un recurso básico y clásico para captar la atención del destinatario y despertar su interés por el mensaje. Ilustrativo resulta un caso extraído de la investigación de campo, sobre la cobertura de idéntico asunto y fuente informativa originaria común, la revista *Proceedings*. En la misma fecha (octubre de 2010) el descubrimiento suscita diferentes titulares, sensiblemente contrapuestos en contenido y forma: “La ‘Seguridad Social’ de la Prehistoria” (*El Mundo*) y “¿Ayudaban a los ancianos los prehistóricos de Atapuerca?” (*El País*).

6. Conclusiones

En la cobertura informativa de los diarios españoles *El País* y *El Mundo* se aprecia un predominio notorio del género informativo (noticia) y una pobre presencia de los géneros interpretativos, en especial, del reportaje. La principal consecuencia es la carencia de profundidad y contexto de la realidad y logros de la disciplina de la

Prehistoria, con el riesgo latente de provocar la difusión de una imagen distorsionada por un reduccionismo injustificado.

Se detecta, en el caso de *El Mundo*, un abuso del recurso a las notas de prensa y del anonimato en el mensaje (ausencia de firma), que con frecuencia denota que el reportero se limita a cubrir ruedas de prensa que convocan fuentes institucionales y políticas.

En el conjunto de informaciones es preocupante la escasez de fuentes informativas y la homogeneización de las voces expertas. Los indicios apuntan al fenómeno de la *noticia acatamiento*, conceptualizado por Furio Colombo, que se extiende por el periodismo científico: la fuente posee tal preeminencia que el reportero acepta, sin más, su voz; así, los medios asumen como propio el discurso de la fuente de una forma acrítica.

Los contenidos que difundió esta prensa generalista aluden a los múltiples campos que cabe englobar en la disciplina: investigación (hallazgos), divulgación de resultados (publicaciones, apertura de museos, campaña didáctica, libros, jornadas), gestión del patrimonio (inventarios de yacimientos, itinerarios culturales, iniciativas institucionales, reconocimientos oficiales) y galardones (menciones, premios, homenajes).

La preponderancia de ciertos temas resulta innegable. Destaca, así, Atapuerca (33,8%), como yacimiento de referencia, y el entorno científico y divulgativo que ha generado: Museo de la Evolución Humana (MEH) y el Centro Nacional de Investigación sobre Evolución Humana (CENIEH). En segundo término, el conjunto de acciones divulgativas sobre descubrimientos, teorías o labor científicas que genera la disciplina: jornadas, rutas, visitas organizadas, exposiciones (24,3%).

No se constatan casos de manipulación informativa cometidos por periodistas, solos o con la posible complicidad del investigador. Lo que no anula cierto grado de manipulación inconsciente, fruto de la indebida cobertura, debilitada por la superficialidad (falta de contraste, escasez o fiabilidad de las fuentes, titulación exagerada) o contaminada por rutinas de trabajo basadas en exclusiva en transponer notas de prensa o acudir a ruedas de prensa.

El conjunto de los resultados de las dos principales cabeceras de la prensa española apunta a que en la actualidad la cobertura informativa relativa a la investigación prehistórica proyecta la imagen de una disciplina orientada a propósitos educativos, de entretenimiento, de cohesión de la comunidad y de progreso económico.

7. Referencias bibliográficas

- ALMANSA, J. (2011). “Arqueología para todos los públicos. Hacia una definición de la arqueología pública a ‘la española’”. *ArqueoWeb*, nº 13, p. 87-107.
- ASCHERSON, N. (2004). “Archaeology and the British Media”. En MERRIMAN, Nick (ed.). *Public Archaeology*. Londres-Nueva York: Routledge. p. 145-158.

- (2000): "Editorial". *Public Archaeology*, vol. 1, nº1. p. 1-4.
- CARMONA, J. (2006). "Algunas notas sobre periodismo científico y saber arqueológico". *RE-Presentaciones*, nº 1. p. 37-64.
- CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (2013). Barómetro de marzo. Estudio 2.981. Disponible en: http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2980_2999/2981/Es2981.pdf [12-04-2013].
- CLACK, T. y BRITAIN, B. M. (2007) (eds.). *Archaeology and the Media*. Londres: Berg Publishers.
- DÍAZ, J. A. (2007): "La modalidad epistémica asertiva como recurso retórico en noticias científicas: el caso del hallazgo paleontológico del hombre de Orce". *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, vol. 2. p. 17-27.
- FINN, C. (2001): "Mixed Messages. Archaeology and the Media". *Public Archaeology*, nº 1. p. 261-268.
- FRAGUAS, R. (2012). "Arqueología, medios de comunicación y sociedad". En *Actas de las Sextas Jornadas de Patrimonio Arqueológico en la Comunidad de Madrid (Museo Arqueológico Regional de la Comunidad de Madrid, Alcalá de Henares, 2-4 diciembre 2009)*. Madrid: CAM.
- FUNDACIÓN BBVA (2012). *Actitudes hacia la ciencia. Estudio internacional de "cultura científica" de la Fundación BBVA*. Departamento de Estudios Sociales y Opinión Pública. Disponible en: www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n105/innovaci.htm#david [19-03-2013].
- GREEN, R. *et al.* (2010). "A Draft Sequence of the Neandertal Genome". *Science*, nº 328. p. 710-722.
- HADLEIGH, Frederick (1990): "Archaeology in the Press: Science Misserved?". *The Review of Archaeology*, vol. 11, nº 2. p. 26-32.
- HARDING, A. (2007). "Communication in Archaeology". *European Journal of Archaeology*, vol. 10, nº 2-3. p. 119-133.
- HOLTORF, C. (2007). *Archaeology is a Brand! The Meaning of Archaeology in Contemporary Popular Culture*. Oxford/Walnut Creek (Ca.): Archaeopress.
- HORENSTEIN, S. (2009): "Paleontology and Evolution in the News". *Evo Edu Outreach*, nº 2. p. 318-325.
- HORNOS, F. (2001). "La arqueología europea hoy. Presente futuro de una práctica profesional". *PH*, nº 37, p. 42-44.
- JAMESON, J. (1997). *Presenting Archaeology to the Public. Digging for Truth*. Londres: Altamira Press.
- JOFFE, A. H. (2006). "Archaeology and the media". *Society*, vol. 43, nº 6. p. 71-76.
- LAVIN, A. C., YAÑEZ, A. y LAIN, M. (1996). "Arqueología y Medios de Comunicación". *PH. Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, nº 14. p. 98-103.
- LLULL, V. (2007): "Ética y Arqueología". *Trabajos de Prehistoria*, vol. 64, nº 1, p. 13-21.
- MACIÁ-BARBER, C. y HERRERA, S. (2010). Ética y excelencia informativa. Los conflictos y retos en el quehacer periodístico desde la perspectiva de los

- profesionales de la Comunidad de Madrid. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.
- MCMANAMON, F. (2000). "Archaeological Messages and Messengers". *Public Archaeology*, vol. 1, nº 1, p. 5-20.
- MENESES, M. D. (2011). "Periodismo, medias y patrimonio: de la curiosidad arqueológica y paleontológica a la ciencia y al desarrollo zonal". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 17, nº 2. p. 365-381.
- (2004). "Prehistoria investigada, prehistoria divulgada. Tratamiento periodístico. El acervo prehistórico y arqueológico en prensa diaria". *Espacio, Tiempo y Forma*, nº 16-17. p. 357-371.
- MORA, P. R. (2010): "Grandezas y miserias de la arqueología de empresa". *Complutum*, vol. 21, nº 1. p. 9-26.
- RODRÍGUEZ, I. (2007). "Arqueología a diario". *PH Cuadernos. Patrimonio cultural y medios de comunicación*, nº 21. p. 139-153
- RUIZ, G. (2009). "La divulgación arqueológica: las ideologías ocultas". *Cuadernos de Prehistoria y Arqueología de la Universidad de Granada*, nº 19. p. 11-36.
- (1996). "La divulgación del pasado. Arqueólogos y periodistas. Una relación posible". *PH. Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, nº 17. p. 96-99.
- y MANSILLA, A. (1999). "L'arqueologia en els mitjans de comunicació: materials per a una reflexió crítica sobre la divulgació del passat". *Cota Zero: revista d'arqueologia i ciència*, nº 15. p. 42-62.
- VILLARRUBIA, P. (2005a). *Periodismo arqueológico en España y empresa informativa*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Inédita.
- (2005b): "Una realidad incipiente. Periodismo arqueológico". *Revista de Arqueología*, nº 296. p. 54-63.
- WORLD ARCHAEOLOGICAL CONGRESS (WAC) (1990). *First Code of Ethics*. Disponible en: http://www.worldarchaeologicalcongress.org/site/about_ethi.php. [15-06-2013].

8. NOTAS

1. Existe una interesante y pionera Tesis Doctoral (Villarrubia, 2005a) que traza el panorama de la divulgación arqueológica, entre enero de 2001 y junio de 2004, en las revistas *La Aventura de la Historia*, *Revista de Arqueología*, *Historia 16*, *Historia y Vida*, *National Geographic*, *Muy Interesante*, *Más Allá*, *Año Cero* y *Enigmas*.
2. "Arqueología profesional: ética y procedimientos". Asignatura obligatoria (6 ECTS) del Grado en Arqueología (3º curso) de la Universidad Complutense de Madrid.
3. Código deontológico del profesional de la Arqueología de las Asociaciones Profesionales de Arqueología de España (CDPA) (art. 29.b).
4. Los Premios Vaccea a la difusión de la Prehistoria, que entrega el Centro de Estudios Federico Wattenberg, dependiente de la Universidad de Valladolid, cuenta entre sus modalidades una de Comunicación.

5. CDPA (art. 38).
6. El primero puesto en marcha por el Consejo de Europa, denominado “Caminos de Arte Rupestre Prehistórico”, agrupa yacimientos con manifestaciones rupestres prehistóricas que pueden visitarse en España, Portugal, Francia, Italia, Irlanda, Suecia y Noruega.

El autor

Carlos Maciá-Barber es profesor Titular de Periodismo, licenciado en CC. de la Información (Periodismo) (UCM) y doctor en Periodismo (USP-CEU) (Premio Extraordinario). Sus líneas de investigación se centran en los géneros periodísticos informativos e interpretativos, y la ética y la deontología periodísticas. Trabajó en el gabinete de prensa de la Sociedad Estatal Lisboa’98 y en el diario *El Mundo*. Miembro del Instituto de Historiografía Julio Caro Baroja, la Sociedad Española de Periodística y la Asociación Española de Investigación de la Comunicación. Evaluador de la Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva (Ciencias Sociales). Autor de *La figura del defensor del lector, del oyente y del telespectador* (Universitas, Madrid, 2006) y *El reportaje de prensa* (Universitas, Madrid, 2007).