

Periodismo, *medias* y patrimonio: de la curiosidad arqueológica y paleontológica a la ciencia y al desarrollo zonal

María Dolores MENESES FERNÁNDEZ
Universidad de La Laguna (Tenerife)
dmeneses@ull.es

Recibido: 31/10/2010

Aceptado: 5/09/2011

Resumen

El consumo de medios de comunicación y el conocimiento ciudadano del patrimonio cultural y natural, su cuidado y disfrute por las sucesivas generaciones, son indicadores del desarrollo de las sociedades actuales. Periodistas, divulgadores, investigadores y gestores de bienes arqueológicos y paleontológicos han abierto una senda de colaboración cuyos fines comunes son la difusión idónea de esta riqueza científica y el afianzamiento de su presencia mediática con calidad. Este artículo estudia la relación fuente-fuente entre investigadores, gestores y comunicadores; el objetivo es proponer pautas que optimicen la cooperación en unos tiempos caracterizados por las posibilidades que da la tecnología web al periodismo, pero también al contacto directo entre científicos y audiencias.

Palabras clave: periodismo especializado, comunicación de la ciencia, patrimonio arqueológico, patrimonio paleontológico.

Journalism, medias and Heritage: from the Archaeological and Paleontological curiosity to Science and regional development

Abstract

Cultural heritage, its care and enjoyment by successive generations are indication of social development. Journalists and researchers or managers of archaeological and paleontological heritage have begun a fruitful mutual collaboration without return. It is a new framework that aims to strengthen the presence of cultural heritage in the media. In this paper the author propose a guideline in order to optimize the relationship between media managers, journalist, archaeologist and paleontologist.

Keywords: Specialized Journalism, Social Communication of Science, Archaeological Heritage, Paleontological Heritage.

Referencia normalizada

MENESES FERNÁNDEZ, María Dolores (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, núm. 2, págs.: 365-381. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

Sumario: 1. Introducción. 2. Hipótesis, metodología, objetivos y corpus. 3. Medios de comunicación, periodismo y contenidos. 4. ¿Quién difunde mejor el patrimonio?. 5. Los científicos y gestores del patrimonio, anfitriones de los periodistas. Perspectiva renovadora. 6. Autocrítica ante el tratamiento periodístico de la Arqueología y la Paleontología. Más allá de la curiosidad. 7. Factores de la calidad periodística aplicados al patrimonio. Resultados. 8. Conclusiones. 9. En síntesis. 10. Referencias Bibliográficas.

1. Introducción

Estudiar la relación de los medios de comunicación con la arqueología y la paleontología pasa por tratar uno de los motores del periodismo español: la capacitación de los periodistas. Nos referiremos aquí a los profesionales que informan sobre investigación

y gestión arqueológica y paleontológica, considerando la especialización periodística como indicador de calidad informativa.

Los medios son empresas socioeconómicas con ánimo de lucro e influencia. Sabiendo qué les mueve como organizaciones, es posible proponer una visión conciliadora en torno a por qué, cómo y con qué propósitos convierten la Arqueología en asunto periodístico.

Un dato que hay que tener en cuenta es que, contrariamente a lo que piensan muchos investigadores, los descubrimientos científicos referidos a épocas pasadas perfilan una de las temáticas a las que los medios dedican un espacio noticioso y divulgativo destacable. Tras los contenidos de política, sucesos y deportes, los descubrimientos en Historia, Arqueología, Paleontología y Antropología son de los que reciben atención notable, junto con los de Biomedicina y Tecnología. Es un comportamiento de los medios españoles similar al de los ingleses y norteamericanos (ASCHERSON, 2004: 145-158; CLARK e ILLMAN, 2006: 497, 505 tabla 1). La Web da cuenta también de la reflexión que viene dándose en Centro y Sudamérica -donde la espectacularidad de las culturas precolombinas supone una incuestionable atracción turística- en torno al nexo entre periodismo, medios de comunicación y arqueología. De hecho, es sabido el interés popular por estos temas (MENESES, 2004; ALMANSA SÁNCHEZ, 2006; GARCÍA LÓPEZ, 2008), a pesar de la idea de que el pasado posee escaso interés para los medios (GATHERCOLE, STANLEY y THOMAS, 2002-3: 149).

Las fuentes expertas vienen prestando atención a la presencia de la arqueología y la paleontología en los medios. Son clásicas, en la historia del periodismo, las alusiones a restos de culturas desaparecidas; incluso en algunas de ellas se emplea la expresión 'periodismo arqueológico' (*ABC*, 28-07-1984: X). Esta temática ha adquirido en los últimos años una relevancia merecedora de ser analizada también desde la perspectiva comunicológica. Pero es cierto que hablamos de cantidad, no de calidad periodística, así como de temas y contenidos ofrecidos por los medios, no de asuntos demandados por las audiencias. Debemos matizar, además, que este trabajo se centra en contenidos periodísticos que diferenciamos de otros discursos.

2. Hipótesis, metodología, objetivos y corpus

La hipótesis de partida contempla la coexistencia de tratamientos periodísticos contradictorios de la Arqueología y la Paleontología motivados por periodistas, científicos, medios y audiencias. Son tratamientos que obedecen a usos del patrimonio en los discursos públicos que trascienden la representación mediática, mezclando ingredientes ideológicos, políticos y económicos. Ante esta circunstancia, los expertos apelan a lo ético de la Arqueología que, de forma ingeniosa, ven en el propio objeto arqueológico (LULL, 2007: 16-21).

Con esta perspectiva, la metodología de trabajo aplicada, esencialmente cualitativa, se centra en los criterios e indicadores que informan sobre la relación de arqueólogos y paleontólogos con los periodistas y los medios. El objeto es identificar qué actitudes mejoran esa colaboración, en favor de un óptimo tratamiento mediático de ambas ciencias.

El corpus documental de este trabajo emana de las intervenciones realizadas por los investigadores y gestores científicos en contextos académicos que visitamos con asi-

duidad (congresos y jornadas científicas) por incluir sesiones dedicadas a su relación con los medios. Las sintetizamos en fichas mediante palabras clave y descriptores que luego fueron analizados e interpretados. Junto con las intervenciones congresuales obtuvimos información en conversaciones mantenidas con los asistentes para indagar en la percepción que tienen de la presencia de sus disciplinas en los medios. Nuestra observación ha sido, por tanto, participativa (HARTIN IORIO, 2004: 12-13, 136, 220).

Además, muestreamos los contenidos periodísticos sobre Arqueología y Paleontología en diarios digitales y Web tv. Visualizamos contenidos de rtve.es, cuyo listado de temas informativos incluye Antropología, Atapuerca, Arqueología, Paleontología, Patrimonio cultural y Patrimonio de la Humanidad (véase <http://www.rtve.es/temas/listado.shtml>). Ciertos diarios digitales, como abc.es, los ofrecen en la sección Ciencia/Tecnología y destacan en la nube de *tags*. Otros diarios digitales consultados que aportan ejemplos del tratamiento de estas disciplinas han sido acdigital.es, avui.cat, el-mundo.es, elpais.com, lavanguardia.es, lavozdeasturias.es, heraldo.es, madridiario.es, madridnortehoy.es. Los asuntos van desde noticias sobre la exaltación de ancestros y restos arqueológicos locales, enmarcados en el Estado de las Autonomías, hasta la innovación tecnológica aplicada en las investigaciones del Egipto faraónico, pasando por disputas diplomáticas sobre la restitución de patrimonios históricos expoliados, descubrimientos de nuevas especies de homínidos o curiosidades arqueológicas y paleontológicas datadas por todo el mundo. No nos limitamos, pues, a una serie cerrada de textos referidos a un hecho noticioso concreto.

Así pues, este trabajo observa la emisión y la recepción cualificada de los contenidos periodísticos. Las referencias teóricas que guían el análisis de los datos obtenidos son los trabajos de autores ocupados en la especialización y la calidad periodísticas (BORRAT, 1993: 82-83; 2000: 137; ALESSANDRI *ET ALII*, 2001; DE FONTCUBERTA y BORRAT, 2006). Veremos si tras la llamada de los investigadores a la puerta de los periodistas para optimizar las informaciones sobre sus disciplinas, hay argumentos para matizar la noción de Periodismo Especializado (PE) elaborada hace casi veinte años por H. Borrat, a partir de la investigación empírica y la teoría normativa. En la valoración de los contenidos periodísticos, y de su tratamiento, consideramos la combinación del criterio temático con la idea de texto autosuficiente e intertexto (MENESES, 2007: 147, 150), la estructura interna y la concepción del periodismo como un área de interacciones múltiples (RINGOOT y RUELLAN, 2007: 67, 72-74). Asimismo, consideramos la distinción que G. SILVA (2009: 202-208) hace en Periodismo entre los campos profesional, científico, académico y epistemológico, y en la idea del PE como conocimiento mediático y una vía para la alfabetización científica.

El análisis de la información obtenida ha permitido identificar enfoques periodísticos variopintos y proponer los puntos del apartado 7. Factores de la calidad periodística. Resultados, centrándonos en el caso de la Arqueología y la Paleontología, en el patrimonio que generan y en su gestión.

3. Medios de comunicación, periodismo y contenidos

Los medios ofrecen una variedad de contenidos inusitada hasta ahora gracias a los canales y plataformas disponibles, sumados a las convencionales, como por ejemplo la

Web televisión y radio, la televisión y radio IP, las videoconsolas de ocio electrónico y la telefonía con conexión a Internet. Todos ofrecen al ciudadano paquetes de contenidos diversos entre los que están los periodísticos. Son en éstos en los que nos centramos.

Es inútil debatir cuánto se debe informar de patrimonio arqueológico y paleontológico. La cuestión es cómo aparece, no cuánto aparece. Hablar de tratamiento periodístico implica analizar las relaciones de los responsables de los medios y los periodistas con los investigadores y gestores de los ámbitos de la Arqueología y la Paleontología. No son los únicos actores de la proyección social del patrimonio a través de los medios; otros son las Administraciones Públicas con competencias, sus técnicos y cargos políticos, las empresas de arqueólogos, paleontólogos y geólogos, e incluso las empresas ejecutoras de obras públicas y privadas. Es, sin duda, un escenario complejo en el que la actitud de cada uno de los actores repercute en la imagen con la que se percibe lo arqueológico y paleontológico por la ciudadanía.

En Europa, CLACK y BRITAIN (2007) y LIPPS (1998: s.p. y 1999: 71-90) recogen estudios de la representación mediática de la Arqueología y la Paleontología; analizan el poder de los medios y la influencia de la televisión, la prensa y el cine en la percepción social de estas disciplinas. A.H. JOFFE (2006) aporta un ejemplo estudiando el tratamiento mediático de la Arqueología Bíblica; mientras que S. HORENSTEIN (2009) hace lo propio estudiando cómo los diarios en papel y digitales estadounidenses informan de Paleontología y evolución humana.

El periodismo generalista y especializado llega a la sociedad por la prensa diaria, los telediarios, los informativos radiofónicos e Internet. Es la información con más influencia en la opinión pública; también la más observada y criticada por los científicos y expertos (RUIZ ZAPATERO, 1996: 96); es lógico al ser la más expuesta y la de menor nivel técnico, en términos generales. Pero la presencia de la Arqueología y la Paleontología en los medios no suele satisfacer a los científicos por el tratamiento periodístico que recibe; más bien acostumbra a suscitar reparos. Suele ser escasa –sería deseable que se informara más de los avances científico– y deficiente –sería deseable que se informara mejor–. Es sintomático que esta queja la compartan científicos de la Biomedicina, la Ecología y la Biodiversidad. Estamos ante un problema de insatisfacción y de percepción. Recordemos que España (28% de universitarios en la franja 25-64 años y 40% en la franja 25-34 años) es uno de los países de la Unión Europea (24%) y de la OCDE (26% y 32%) con mayor porcentaje de ciudadanos con estudios superiores.

Ubicar los males del periodismo actual en la crisis casi permanente de la Prensa, y en los sucesivos quiebrros que ha sufrido su credibilidad durante el último siglo, contribuye a relativizar y entender la insatisfacción mencionada. Es un mal con orígenes y remedios conocidos que conciernen a todos los implicados en la comunicación periodística, desde los científicos, sean o no fuentes informativas, los gabinetes de prensa de los organismos relacionados con la Ciencia, los responsables de los medios de comunicación, los periodistas y los consumidores. Pero si hemos de señalar a un implicado sobre los demás serían las empresas periodísticas, ya que la formación continuada de sus empleados depende de las facilidades que les dan y de los estatutos internos.

La propia situación de la profesión periodística en España dista de ser la deseable

en un país en el que Periodismo es una titulación impartida desde 1971 en más de treinta universidades españolas. Téngase en cuenta que ni todos los redactores de medios ocupados de estos contenidos disponen de la formación requerida para ello, ni la formación universitaria periodística capacita para afrontar la cobertura de los asuntos patrimoniales, más propia de niveles o itinerarios curriculares especializados. Es una apreciación en la que coinciden informadores e investigadores dentro y fuera de España (LIPPS, 1998; DUNWOODY, 2004: 75-87; GUTIÉRREZ-MARCO, 2005: 314;). Véanse los datos que respecto a la preparación de los periodistas recoge el *Informe Anual de la Profesión Periodística 2009*, de la Asociación de la Prensa de Madrid (2009a). La realidad descrita da pistas de las causas del desajuste entre periodistas y científicos.

Si el objetivo es fomentar vías de encuentro y colaboración entre profesionales de la Arqueología y la Paleontología y periodistas, una sociedad definida como de la información, la comunicación y el conocimiento, que financia Facultades de Comunicación y titulaciones de Periodismo, debe conocer las circunstancias del sector periodístico. Son condicionantes de partida del desempeño del periodismo, como también los tiene la arqueología y la paleontología.

Esos desajustes no son ajenos a los intereses de la industria periodística y del sector de la investigación, también de la Administración pública con competencias en patrimonio y de las empresas ejecutoras de obras. Mirando a los medios, a veces son intereses perniciosos, que obligan a conocer el sistema informativo en el que estamos inmersos para comprender cómo funciona, saber valernos de él y exigirle información de calidad. Un ejemplo es el protestado tratamiento periodístico de las consecuencias del hallazgo de restos arqueológicos en las obras realizadas en la calle Serrano de Madrid, en 2009.

En este recorrido por las particularidades de la relación entre medios y patrimonio arqueológico y paleontológico conviene diferenciar entre periodismo generalista y especializado, por un lado, y divulgación científica, por otro. Son discursos distintos en casi todos los pasos de su ejecución, por lo que no procede tratarlos como sinónimos ni equivalentes. Periodismo científico (modalidad temática del PE a la que conciernen la Arqueología y la Paleontología) y divulgación científica no se refieren al mismo proceso comunicativo, si bien ambos integran la Comunicación Social de la Ciencia y la Tecnología (CSCT) y se difunden por los medios. Con este criterio deben ser abordadas las investigaciones sobre la presencia mediática de estas ciencias.

Centrados en el primero, si observamos la cobertura periodística de los avances y actuaciones arqueológicas y paleontológicas por la prensa y medios audiovisuales españoles, podríamos sintetizarla con algunos adjetivos diciendo que, en líneas generales, suele ser imprecisa, confusa, desestructurada, escasa y enfática. Es incluso anecdótica y con un bajo perfil periodístico y divulgativo. Quedan a salvo las excepciones atribuibles a periodistas familiarizados con ambas disciplinas y comprometidos con el valor del patrimonio histórico y natural. Pero por lo común es una presencia periodística que soslaya el entramado en el que se insertan la investigación en estas disciplinas, y la conservación y restauración patrimonial; tampoco presta la debida atención a sus nexos con el desarrollo zonal y a su papel como agente para el conocimiento.

4. ¿Quién difunde mejor el patrimonio?

Plantear esta pregunta implica reflexionar sobre qué es lo óptimo, si periodistas especializados en investigación y gestión del patrimonio, o expertos en patrimonio que actúen como periodistas, divulgadores o colaboradores.

Algunas razones por las que el tratamiento periodístico de los temas arqueológicos no suscita aprobación, y sí reparos, son la falta de rigor, los errores terminológicos, la arbitrariedad y la descontextualización. Es una dinámica que, por deficiente, daña los intereses de investigadores, periodistas y medios, por lo que la situación pide reflexionar sobre el control de la calidad de los contenidos periodísticos, atribución de los directores y editores de medios, y dependiente de la capacitación de los periodistas.

Para impulsar la cooperación hay que conocer las circunstancias y los intereses de los sectores periodístico y arqueológico. Por eso es positivo que los científicos entiendan el contexto profesional en el que se desenvuelven los periodistas que los entrevistan o los que, recurriendo a otras fuentes, informan sobre Arqueología y Paleontología, porque no siempre es quien redacta el último ni el único responsable de lo difundido.

Es cierto que la relación del ciudadano con los medios es compleja; lo es porque estamos ante un equilibrio difícil entre la responsabilidad periodística y el hecho de que los medios dispongan de la última palabra sobre lo que informan u opinan, a pesar del Derecho de Rectificación y de Réplica.

Varios autores del lado de la Arqueología, recalcamos— proponen estrategias identificables con lo normativizado por el PE (véase la síntesis de RUIZ y MANSILLA, 1999: 45). Esto no hace más que confirmar la conveniencia de formar a los graduados y posgraduados de las disciplinas que nos ocupan en las nociones fundamentales de comunicación y periodismo, dado que vivimos en la sociedad de la comunicación multimedia.

5. Los científicos y gestores del patrimonio, anfitriones de los periodistas. Perspectiva renovadora

La asistencia a congresos y reuniones científicas de ámbitos académicos tan diversos como la Arqueología, la Cirugía, la Farmacología, la Filosofía de la Ciencia y de la Tecnología, la Historia y la Prehistoria permite detectar las exigencias que los investigadores plantean a los informadores. Son exigencias que han comenzado a manifestar en sus reuniones científicas, en las que revisan la presencia y el tratamiento de sus disciplinas por los medios. En este sentido, un indicador que revela con rotundidad el interés de los investigadores y gestores científicos por afianzar la colaboración con los medios es la inclusión en sus congresos de sesiones y mesas redondas dedicada a tal fin, en las que participan periodistas y comunicólogos.

Tomemos un ejemplo ilustrativo de trabajo común por el que creemos ha de abogarse. Los organizadores de las *Sextas Jornadas de Patrimonio Arqueológico de la Comunidad de Madrid*, celebradas en diciembre de 2009, dedicaron una de las tres sesiones a los medios de comunicación, con una remarcable afluencia de periodistas, además de historiadores (VV.AA., 2009b). Doce años antes, en 1997, se había dado

una iniciativa pionera con las *Jornadas sobre Medios de Comunicación y Patrimonio Arqueológico*, celebradas en la Universidad Complutense de Madrid. Que los arqueólogos inviten a los periodistas y a los responsables de medios a sus reuniones científicas indica que sabemos dónde queremos estar. Cuando hablamos de medios nos referimos a los que tienen eco nacional, y a los centenares de diarios, televisiones y radios locales que llegan cada día a millones de ciudadanos en pueblos y ciudades españolas. La influencia social del entramado mediático, la responsabilidad de los periodistas y la difusión de la Ciencia incluida en las siglas I+D+i+d justifican que se contemplen sesiones sobre la relación entre científicos y periodistas en cada vez más congresos y posgrado de áreas de conocimiento dispares. Que vaya siendo habitual incluir estas sesiones en reuniones científicas de disciplinas diversas muestra la línea de progreso emprendida. La iniciativa y el mérito innovador son de los investigadores que invitan a los periodistas. Pero para que esa iniciativa sea productiva es preciso recapacitar sobre el perfil profesional de los periodistas, la calidad a los medios y la idea de PE como intermediario entre los investigadores y gestores del patrimonio y la sociedad.

Cuando se invita a los periodistas a foros científicos de disciplinas no comunicológicas es pertinente preguntar el propósito. Es lo prudente, porque los contenidos periodísticos sobre Arqueología no acostumbran a suscitar parabienes entre los expertos (tampoco en los casos de la Medicina y la Farmacología, según hemos comprobado en sus congresos). Las críticas de los expertos se centran en la presencia mediática, por insuficiente, y en el tratamiento periodístico, por inadecuado.

Respondiendo a la pregunta planteada más arriba, lo óptimo es contar con periodistas especializados que sean considerados interlocutores válidos gracias a la formación sólida que les avala. Tengamos en cuenta que los historiadores, arqueólogos, geólogos, biólogos y paleontólogos están cada vez más obligados a difundir los resultados de la investigación, a entenderse con los periodistas y a comprender el funcionamiento del sistema informativo para aprovecharlo periodística y divulgativamente. Por eso conviene definir estrategias para mejorar los contenidos periodísticos, e informar más y mejor a la sociedad sobre patrimonio, de su trasfondo investigador, docente, gestor y socioeconómico. También para advertir de sus usos ideológicos-políticos e incluso delictivos.

Hemos visto que una estrategia es invitar a periodistas a reuniones científicas para debatir conjuntamente cómo cooperar. Es síntoma de un cambio de mentalidad tendente a superar el recelo mutuo entre científicos e informadores. Otras estrategias son la docencia, la investigación y la publicación conjuntas sobre patrimonio arqueológico, paleontológico y museístico, la elaboración de contenidos multimedia con recursos de los planes I+D+i+d destinados a la difusión del conocimiento. No en vano, la búsqueda de fondos es una tarea que debemos añadir a la docencia, la investigación y la gestión. Otro ejemplo es el potencial que ofrece la formación Fundamental Básica de los Grados en Historia, Historia del Arte, Antropología, Biología, Geología y Periodismo, así como la organización conjunta de cursos de especialidad, expertos y posgrados, tal y como avanzamos al final del epígrafe 3. En es sentido, es una tendencia que se observa en las guías docentes de asignaturas de las licenciaturas y de las nue-

vas titulaciones de grado y posgrado de Historia incluir en la formación de los universitarios la relación entre esas disciplinas y los medios.

En este panorama, los científicos y gestores deben diferenciar entre 1) periodistas de medios y de gabinetes de prensa, y 2) periodistas generalistas y especializados. El PE normativiza los fundamentos de una manera de informar con garantías; y protocoliza la actuación periodística idónea para actuar de interfaz entre los científicos y la sociedad, incorporando valor respecto al contenido generalista (BORRAT, 1993, 2000; McILWAINE et alii, 2001 MENESES, 2007). Como en toda mediación, conviene que arqueólogos y periodistas entendamos las claves intelectuales y metodológicas del otro, y los intereses respectivos.

Lo dicho hasta aquí no implica que para informar de Arqueología y Paleontología el periodista deba ser licenciado o graduado en Historia, Geología o Biología. Primero tiene que serlo en Periodismo; luego podrá especializarse en temáticas concretas para incorporar valor añadido, coherencia, correspondencia y pertinencia a su producción periodística. El problema son los medios que no valoran la competitividad de sus periodistas basada en la formación continuada. Redactor puede serlo cualquiera que domine las rutinas laborales, las instrucciones para realizar las tareas periodísticas cotidianas y el lenguaje multimedia; pero para ser periodista profesional no bastan esas habilidades: hay otras exigencias que tienen que ver con el pertrecho intelectual. Si sintetizamos las demandas de los investigadores hacia el periodista, manifestadas en distintos foros, quedan reflejadas en los puntos siguientes:

- Primero: ser periodista con formación universitaria teórica y práctica
- Segundo: formarse en patrimonio científico y cultural para:
 - Dialogar con los expertos y contrastar los datos
 - Entender, valorar y profundizar las acciones arqueológicas
 - Evitar los errores terminológicos y conceptuales
 - Evitar visiones descontextualizadas y tergiversadas
 - Equilibrar los intereses de fuentes, medios y periodistas
 - Ser un experto en expertos
 - Lo anterior es para informar con rigor

6. Autocrítica ante el tratamiento periodístico de la Arqueología y la Paleontología. Más que curiosidad

Nos concierne la autocrítica del lado periodístico y nos condiciona la premisa de que los medios y los museos son empresas de tendencia, es decir, que ofrecen servicios ideológica y políticamente determinados (ROBLES, 2009: 63-64, 127-128). El periodista tiene que identificar el componente noticioso de las acciones arqueológicas, para evitar relegarlas al ámbito de la curiosidad o derivarlas al de la propaganda y la manipulación. El patrimonio histórico, artístico, arqueológico, etnográfico, monumental y paleontológico es parte de la riqueza colectiva de las sociedades. No es una riqueza fluctuante, sino un valor seguro, con proyección en el desarrollo de las regiones y países que lo poseen. Influye en la prosperidad de zonas rurales e interactúa con el ciudadano en la urbe. Lo educativo, cultural y económico se nutre de la Arqueología y la Paleontología para desarrollar aspectos omnipresentes como la formación, el ocio y el turismo. Incluso un sec-

tor tan pujante en España como es la industria audiovisual también observa estas disciplinas como inspiración de muchos proyectos de las industrias culturales y de las empresas del conocimiento. Esta dinámica compleja explica el auge de los estudios de la Economía del Patrimonio Cultural. Las tablas siguientes ilustran la inversión que España viene haciendo en patrimonio cultural, durante la última década.

Instituto del Patrimonio Cultural de España								
Proyectos subvencionados de excavaciones en el exterior								
Convocatoria	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Euros	240.400	240.400	240.400	240.400	400.000	400.000	400.000	400.000

Fuente: Anuario de estadísticas culturales 2009

Gasto liquidado en cultura por la Administración Autonómica según naturaleza económica del gasto por destino del gasto (sector y subsector)		
Ejercicio	2006	2007
Total (miles de euros)	1.807.454	1.976.378
Bienes y servicios culturales	691.331	783.105
Patrimonio Histórico y Artístico	518.054	573.526
Monumentos históricos	233.115	199.945
Museos	185.793	265.448
Yacimientos arqueológicos	41.293	41.624
Otros	57.853	66.510

Gasto liquidado en cultura por la Administración Local según destino del gasto					
Concepto: Arqueología y Protección del Patrimonio Histórico-Artístico					
Valores absolutos (miles de euros)			En porcentaje del gasto total en cultura		
2005	2006	2007	2005	2006	2007
281.240 €	315.435 €	334.741 €	9,6 %	9,7 %	9,3 %

Gasto liquidado en cultura por los Ayuntamientos de municipios de 5.000 habitantes en adelante			
Concepto: Arqueología y Protección del Patrimonio Histórico-Artístico			
Ejercicio	2005	2006	2007
TOTAL (miles de euros)	182.347	172.591	188.321

Gasto liquidado en cultura por la Administración Local por tipo de entidad		
Concepto: Arqueología y Protección del Patrimonio Histórico-Artístico		
Ejercicio	2006	2007
Entidades locales	315.435 €	334.741 €
Ayuntamientos	210.564 €	215.425 €
Diputaciones, Consejos y Cabildos	115.633 €	136.229 €

Fuentes: Ministerio de Economía y Hacienda, Ministerio de Cultura

Proyectos subvencionados de excavaciones en el exterior del Ministerio de Cultura	
2008	2009
400.000 €	880.000 €
Fuente: Boletín Oficial del Estado	

Ayudas para proyectos de conservación, protección y difusión de bienes declarados Patrimonio Mundial del Ministerio de Cultura	
2008	2009
3.000.000 €	2.500.000 €

Los datos ministeriales anteriores subyacen al análisis del tratamiento mediático del patrimonio en las Comunidades Autónomas que más invierten en él –Comunidad Valenciana, Cataluña, País Vasco y Andalucía–, animando a comparar su impacto mediático con el económico en el desarrollo de esas regiones. Son cifras que contextualizan la importancia del turismo patrimonial y la atención periodística que merece; véase el ejemplo de LAGUNA (2005: 69-94) sobre la Exposición de las Edades del Hombre. Periodísticamente interesan tanto los avances en la investigación y gestión patrimonial, como la inversión pública, la repercusión en las economías locales y nacionales, y la riqueza que genera.

Es cierto que los medios mezclan los aspectos científicos del patrimonio, unas veces, con elaboraciones identitarias propagandísticas (MENESES, GARCÍA y ESTEVE, 2005: 287-289); otras, con polémicas y conflictos de intereses entre las Administraciones, los investigadores y los responsables de obras públicas y privadas. Los medios se convierten así en un eco de lo arqueológico, de su utilidad política y, en ocasiones, de lo engorroso de ciertos hallazgos, como el mencionado de la calle Serrano de Madrid. Sin embargo, al hablar de patrimonio cultural no se alude a una cuestión trivial, mejor o peor aprovechada económica o políticamente. Los indicadores múltiples de desarrollo humano lo incorporan a los indicadores económicos simples; el patrimonio cultural y la lectura de prensa tienen en común serlo para la medición del desarrollo.

Al unir patrimonio con sociedad de la información, la comunicación y el conocimiento nos cruzamos inexorablemente con los medios y el periodismo. Y los periodistas no tienen excusas para dar un tratamiento al patrimonio histórico y natural de simple enigma, misterio o relleno, reduciéndolo a tópicos y estereotipos. Los medios tienen en la Arqueología y la Paleontología unos contenidos sugestivos y fascinantes de interés general y público. Es un tema estrella bien recibido por las audiencias.

Sensibilizar en la importancia del patrimonio, como indicador de riqueza y de desarrollo, corresponde a la Administración, a los museos, a los yacimientos visitables, a los medios, en general, y al periodismo, en particular, mediante la divulgación y el periodismo científicos. Arqueólogos y periodistas compartimos la función difusora y promocional; pero la actitud de los arqueólogos y paleontólogos ante sus ciencias no puede ser la misma que la del periodista.

Por lo expuesto, a la pregunta de quién difunde mejor añadimos la de cómo se debe informar de patrimonio. Y la respuesta es aplicando los estándares de calidad perio-

dística, cuyos componentes son el ajuste a lo acontecido en la investigación y en la gestión patrimonial, el equilibrio entre las versiones surgidas, el recurso a fuentes expertas, el carácter demostrable de lo informado, el distanciamiento emocional del periodista respecto a lo acontecido, la valoración periodística apoyada en la condición de profesional altamente cualificado del informador, el valor añadido del texto periodístico y la ética profesional (ALESSANDRI et *alii*, 2001: 114; DÍAZ ROJO, 2007: 23-27).

7. Factores de la calidad periodística aplicados al patrimonio. Resultados

La calidad periodística se basa en factores que la propicien. Los que exponemos en este trabajo vienen apoyados en los resultados obtenidos del corpus estudiado. El periodismo es una actividad profesional fronteriza en la que confluyen temas e intereses diversos. Los medios de comunicación son la arena a la que muchos quieren bajar para mostrar lo que hacen, piensan, dicen y son. Por eso hay que conocer las pretensiones en juego para minimizar los conflictos. Para lograrlo se proponen los factores siguientes:

- La formación del periodista en los ámbitos sobre los que informa, en Teoría Social y Humanidades. Sin este bagaje no puede darse negociación ecuánime ni mediación inteligente entre los científicos y las audiencias. La formación permite diferenciar el componente periodístico de la Arqueología y la Paleontología de otras implicaciones, en especial cuando estamos ante disciplinas no exentas de usos ideológicos y políticos. La formación, la colegiación y el reconocimiento de la especialización periodística son estrategias para evitar el intrusismo y la mala praxis profesionales. Pero a las empresas informativas, por lo común, no les interesan los periodistas especializados en ciencia, mucho menos en Arqueología, Paleontología y patrimonio cultural y natural. Son caros.

- La solución no es que el redactor sea historiador, biólogo o geólogo. La hiperespecialización de la Arqueología y la Paleontología lo hace inviable, y las empresas periodísticas recuerdan a sus reporteros que hay que ser versátiles. Las empresas informativas no asumen, por costosa, que la especialización periodística optimiza los resultados; del lado científico sabemos, también, que la especialización minimiza la instrumentalización y la trivialización del patrimonio en los medios. De hecho, en los congresos a los que hemos asistido, los científicos plantean como una exigencia inexcusable hoy la formación especializada del periodista.

- La negociación entre periodistas y expertos en Arqueología y Paleontología. Junto con la formación se da otro factor de calidad: la negociación. Se refiere al trato personal entre investigadores y periodistas, es decir, a las estrategias relacionales (GARCÍA DE TORRES, 2003; VALBUENA DE LA FUENTE, 2003). Es posible negociar la información, el enfoque y el tratamiento. Negociar obliga a ser competente y capaz, aplicando conocimientos, habilidades y destrezas para entender, solucionar y evitar conflictos. Además, la negociación facilita a los científicos adentrarse en el funcionamiento del sistema periodístico. Téngase en cuenta que uno de sus enlaces son los periodistas. Es un factor proyectado en un periodismo de autoría múltiple. La relación es compleja debido a las aspiraciones involucradas, que van desde el uso que hacen ciertos investigadores de los medios, hasta el uso ideológico que hacen algunos

periodistas y sus políticos-sombra de los vestigios históricos. La bibliografía revela que casi todas las regiones españolas ofrecen ejemplos periodísticos al respecto.

- El conocimiento del sistema periodístico por los científicos es el tercer factor de calidad informativa. Sin ese conocimiento no puede haber planificación ni estrategias comunicativas hábiles. Se suma que muchas investigaciones de campo y de laboratorio incorporan patrocinios, lo que se convierte en una presión más que a veces termina deslizando publicidad en las noticias. Y aunque las políticas fiscales actuales animan a las empresas a invertir en innovación y desarrollo, impulsando avances científicos y tecnológicos con interés periodístico por su relevancia, eso no debe anular las barreras entre dos prácticas profesionales y dos tipos de información distintas, como son la periodística y la publicitaria. La tecnología web ha revolucionado un sistema informativo y comunicativo antes limitado a la prensa, la radio y la televisión convencionales. De esta forma, Internet ha irrumpido de forma irreversible con periódicos, radios y televisiones digitales, con webs institucionales, *blogs* de investigadores, redes sociales digitales, marketing y publicidad viral. Ahora, la comunicación entre los gestores e investigadores del patrimonio y la sociedad es directa. Esta circunstancia influye en el trabajo de los medios, necesitados de cantidad y variedad de contenidos para llenar miles páginas y de horas de emisión, sobre todo en unos tiempos caracterizados por la expansión de la gama de canales y plataformas. Lo positivo de estas circunstancias no debería desvirtuarse por tratamientos periodísticos inadecuados. En ese sentido, Internet es una llamada de atención a los directivos de la industria periodística a la que hay que exigir controles de calidad de los contenidos, ya que su falta provoca el descrédito entre los expertos, que disponen en la Red de herramientas de comunicación directa con la sociedad. Las repercusiones de las TIC en el periodismo especializado se hacen notar en el replanteamiento epistemológico de la disciplina, en su enseñanza universitaria y en la necesaria adecuación profesional. Una muestra de esa repercusión tecnológica fue el cierre, en 2009, del *Knight Center for Specialized Journalism*, de la Universidad de Maryland (EEUU), tras ser una referencia, desde 1987, en la formación continuada de miles de periodistas. Y ello a pesar de la insistencia en que la especialización es un camino para sortear la crisis del sector.

- La planificación de la comunicación. Este cuarto factor de calidad alude a la conveniencia de disponer en la institución en la que se investiga de un gabinete de prensa como apoyo indiscutible. Las actuaciones científicas y de gestión deben ser seleccionadas y difundidas de forma adecuada. Los gabinetes pactan con los investigadores y los periodistas la difusión de actividades arqueológicas y paleontológicas de interés científico, divulgativo o económico. El objetivo es que la sociedad las valore en sí mismas, como parte de un sector socioeconómico y cultural en expansión, y que entienda el conocimiento científico generado como una forma de riqueza común.

- El compromiso mutuo es el quinto factor de calidad. Sin él no puede darse confianza entre investigadores y periodistas. Es una cuestión de deontología profesional. La capacidad de decisión del periodista depende de la empresa en la que trabaja. Su maniobrabilidad está determinada por su formación especializada, por la confianza que delegan en él director y editor, y por su agenda de fuentes. Y su reputación profesional depende de su firma.

Se entiende que la carga deontológica, la fiabilidad y el rigor de los contenidos periodísticos, junto con la no tergiversación de los hechos sean otras categorías identificadas en el corpus, por ser otras de las exigencias de los científicos.

Mientras el periodista busca diferenciarse con su estilo y atraer la atención de la audiencia con titulares, los arqueólogos y paleontólogos le reclamarán atención y rigor al tratar los resultados de sus investigaciones y publicitar a quienes les subvencionan.

Ante este panorama, es factible acordar el contenido que se vaya a difundir, sin que ello signifique ingerencia en las atribuciones de cada cual ni cesión de competencias. Hablar de consenso frente a disenso pasa por modificar actitudes soberbias y miméticas, consideradas casi inmutables, en pro de otras dialógicas. Son imposturas imitativas de formas manidas propias de modas superables que empobrecen los contenidos informativos, el servicio público, la profesión y la investigación periodísticas. Por su parte, los arqueólogos y paleontólogos deben superar actitudes arrogantes y sumar a su actividad investigadora el trato con la sociedad a través de canales diversos, entre ellos los medios, con fines informativos, divulgativos y educadores (RUIZ ZAPATERO, 2002; RUIZ Y MANSILLA, 1999: 42).

Llegados hasta aquí, si ha de matizarse en algo la reflexión de H. BORRAT, extractada en el epígrafe 2. Metodología y objetivos, es para aludir al PE como una disciplina y actividad profesional eminentemente interdisciplinar y transdisciplinar, viendo en la cooperación entre periodistas e investigadores una receta para la proyección social de estas ciencias con ayuda de los medios.

8. Conclusiones

Los periodistas no deben caer en decir lo que los científicos y expertos quieren escuchar para satisfacción propia, de sus instituciones y patrocinadores. Su función social trasciende los límites del periodista complaciente.

En la investigación, gestión y explotación del patrimonio cultural confluyen miradas, enfoques e intereses variados. La Arqueología y la Paleontología son ámbitos atractivos para la sociedad si sus avances trascienden lo científico puntual; es entonces cuando captan a audiencias amplias, y los medios lo saben. En esas circunstancias, el avance halla eco en los medios locales, nacionales e internacionales. Los investigadores, docentes, técnicos de la Administración y de museos, y profesionales liberales reclaman más y mejor atención mediática, aunque al gran público haya que ofrecerle lo arqueológico y paleontológico bien contextualizado y en clave general. Cabe entender que toda actuación arqueológica no tiene por qué trascender a la sociedad ni los ciudadanos tienen que mostrarse interesados por el patrimonio histórico y natural; esa realidad refuerza la aspiración de sensibilizar a una sociedad desarrollada para que, con la participación del periodismo, sea culturalmente avanzada.

Junto con los avances de la investigación también pueden atraer la mirada periodística, por su importancia e interés, la situación de quienes se dedican a la arqueología y a la paleontología de campo o laboratorio, la de los estudiantes de prehistoria, historia, biología, geología y paleontología que cada año participan en las campañas de excavaciones y prospecciones realizadas en España y en el exterior como parte de su formación, y el insuficiente respeto ciudadano por el patrimonio histórico y natu-

ral. Tengamos en cuenta que la progresiva privatización de la arqueología ha introducido a la empresa privada en un panorama antes protagonizado por la Administración, los museos de titularidad pública, la Universidad y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

El sector patrimonial involucra a miles de profesionales y, no lo olvidemos, a la sociedad destinataria de esa riqueza. Los descubrimientos arqueológicos y paleontológicos son foco de atención mediática porque encierra un potencial periodístico indudable. Por su complejidad se requiere de periodistas especializados que hagan del patrimonio uno de sus ámbitos temáticos informativos. Manejar la legislación supranacional, nacional, autonómica o local sobre patrimonio, comprender el método arqueológico, paleontológico, geológico y el método científico, y conocer el patrimonio cultural comparado son aspectos insoslayables en la formación de periodistas sensibilizados y sensibilizadores.

En sentido inverso, las nuevas generaciones de arqueólogos y paleontólogos deben ser instruidos en el funcionamiento del sistema informativo. Es una táctica para que los proyectos de investigación y gestión regionales, nacionales e internacionales sepan contar con asesoramiento en comunicación interna y externa para mejorar la proyección de los resultados a la comunidad científica y los beneficios culturales a la sociedad. Esa formación, en cierto grado híbrida, prevé y evita conflictos por tratamientos periodísticos inadecuados.

Abogamos por formar a los periodistas en nociones arqueológicas y paleontológicas fundamentales, y a los arqueólogos y paleontólogos, en las claves de la comunicación periodística; tendremos, pues, que diseñar esa formación para ofrecérsela. En esta línea, también se vislumbran posibilidades científicas interesantes si rebasamos, con la perspectiva adecuada, los márgenes de las revistas académicas de cada disciplina a la hora de publicar propuestas comunes.

Con respecto a lo dicho, si bien no es revelador que los investigadores exijan a los medios y a los periodistas compromiso deontológico, rigor y formación especializada en las disciplinas de las que informan, sí es ilustrativo que éstas sean las demandas consensuadas por los expertos en sus encuentros científicos.

El periodismo puede crecer, como disciplina académica y servicio, a través de su incursión en otras ciencias. En la sociedad del conocimiento, el hincapié se hace en que los resultados de la investigación científica deben ser participados a la ciudadanía. Es cierto que determinadas investigaciones gozan de una proyección social mayor o más fácil que otras; en cualquier caso, todas pueden ser difundidas con niveles diferentes de especialización periodística. De igual forma, no todas las actuaciones de la ciencia tradicionalmente más socializadas tienen igual receptividad en las audiencias; pongamos los ejemplos, relacionados con las disciplinas tratadas aquí, de la investigación genética, la exhumación de fosas comunes de conflictos bélicos, la arqueología de la guerra, los orígenes del lenguaje, la antropización del paisaje y la biodiversidad. Sin embargo, a pesar del distinto encaje mediático de una y otras, en la tarea comunicativa nos auxilia la flexibilidad del tratamiento periodístico gracias, entre otras estrategias, a la máxima de hacer interesante lo que es importante y a los abundantes canales de comunicación disponibles hoy.

9. En síntesis

El periodismo científico tiene un componente de creatividad, indagación, originalidad e innovación informativas indudables y formidables. Los periodistas especializados tienen en la Arqueología y en la Paleontología una temática con éxito seguro. Por su parte, los arqueólogos, paleontólogos y museólogos buscan afianzar sus prioridades investigadoras y profesionales. Para ello se valen en ocasiones del casi siempre rentable emotivismo y de fórmulas del tipo “nuestros ancestros”, “nuestros antepasados”, “lo nuestro” o “nuestra identidad” proyectadas en objetos y artefactos, y en sus relaciones con el hombre. Es el componente ideológico-político, propio también del discurso periodístico, presente en la construcción emotiva que de lo arqueológico y paleontológico hace el periodismo.

En periodismo y en arqueología hay contratiempos de autenticidad, estrategias y dominancias. Al fin y al cabo, tanto en Arqueología como en Periodismo hay acontecimientos, experiencia, personas, objetos, historias, intermediación, sentido, narración y discurso. Nos une la observación de las relaciones de significado producidas en el pasado y en el presente para darlas a conocer. En nuestro escenario de trabajo se cruzan el conocimiento científico y el desarrollo, por un lado, y el poder y la influencia ideológica, por otro. Eso dificulta el entendimiento, pero no lo hace imposible.

Como síntesis puede decirse que la noción de *línea editorial* y de *inconsistencia* no es aplicable y achacable sólo a los medios y al periodismo, sino también a la arqueología y a la museología. Son actividades en las que los profesionales no siempre somos capaces de aplicar en nuestras acciones la preceptiva que nosotros mismos consensuamos, establecemos y nos damos libremente mediante la investigación teórica o normativa y el debate en reuniones científicas.

10. Referencias bibliográficas

- ALESSANDRI, Francisca *et alii* (2001): “VAP: un sistema métrico de la calidad periodística”, en *Cuadernos de Información*, nº 14, pp. 112-120.
- ALMANSA SÁNCHEZ, Jaime (2006): “La imagen popular de la Arqueología en Madrid”, en *ArqueoWeb, Revista sobre Arqueología en Internet*, vol. 8, nº 1.
- ASCHERSON, Neal (2004): “Archaeology and the British Media”, en MERRIMAN, Nick (ed.): *Public Archaeology*. Londres, Routledge, pp. 145-158.
- BORRAT, Héctor (1993): “Hacia una teoría de la especialización periodística”, en *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 15, pp. 79-84.
- BORRAT, Héctor (2000): “Narración y análisis de la historia inmediata social, política, económica o cultural desde las ciencias sociales”, en VV.AA.: *Universitat i periodisme. Actes de les jornades sobre continguts acadèmics i docència a la llicenciatura de periodisme. Bellaterra, març de 1998*. Bellaterra, Col·lecció Documents. Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions, pp. 137-148.
- CLARK, Fiona; ILLMAN, Deborah L. (2006): “A Longitudinal Study of the New York Times Science Times Section”, en *Science Communication*, vol. 27, nº 4, pp. 496-513.

- CLACK, Timothy y BRITAIN, Marcus (eds., 2007): *Archaeology and the Media*. Londres, University College London, Institute of Archaeology Publications.
- DE FONTCUBERTA, Mar y BORRAT, Héctor (2006): *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires, La Crujía Ediciones.
- DÍAZ ROJO, José Antonio (2007): “La modalidad epistémica asertiva como recurso retórico en noticias científicas: el caso del hallazgo paleontológico del *Hombre de Orce*”, en *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, vol. 2, pp. 17-27.
- DUNWOODY, Sharon (2004): “How valuable is formal science training to science journalist?”, en *Comunicação e Sociedade*, vol. 6, pp. 75-87.
- GARCÍA LÓPEZ, Angélica (2008): “Patrimonio cultural: diferentes perspectivas”, en *ArqueoWeb, Revista sobre Arqueología en Internet*, vol. 9, nº 2.
- GARCÍA DE TORRES, Elvira (2003): “La negociación de la información en el periodismo especializado”, en LOSADA VÁZQUEZ, Ángel; ESTEVE RAMÍREZ, Francisco (eds.): *El Periodismo de Fuente*. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, *Comunicación y Pluralismo*, Estudios de la Facultad de Comunicación, 4, pp. 85-95.
- GATHERCOLE, Peter; STANLEY, Jane; THOMAS, Nicholas (2002-3): “Archaeology and the media: Cornwall Archaeological Society-Devon Archaeological Society joint symposium”, en *Cornish Archaeology*, nº 41-42, pp. 149-160 (publicado en 2006).
- GUTIÉRREZ-MARCO, Juan Carlos (2005): “¿Sabemos divulgar la Geología que hacemos?”, en *Bol. R. Soc. Esp. Hist. Nat. (Sec. Geol.)*, vol. 100, nº 1-4, pp. 307-322.
- HARTIN IORICO, Sharon (Ed., 2004): *Qualitative Research in Journalism. Taking It to the Streets*. Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- HORENSTEIN, Sidney (2009): “Paleontology an Evolution in the News”, en *Evo Edu Outreach*, nº 2, pp. 318-325.
- JOFFE, Alexander J. (2006): “Archaeology and the Media”, en *Transaction Social Science and Modern Society*, vol. 43, nº 6, pp. 71-76.
- LAGUNA GARCÍA, Marta (2005): “La celebración de eventos culturales como atractivo turístico en las ciudades históricas: análisis del impacto económico y turístico”, en *Estudios Turísticos*, nº 166, pp. 65-95.
- LIPPS, Jere H. (1998): “The Media, Trash Science, and Paleontology”, en *Paleontologia Electronica*, vol. 1, nº 2 (sin paginación).
- LIPPS, Jere H. (1999): “Beyond Reason: Science in the Mass Media”, en ACHOPF, J. William (ed.): *Evolution. Fact and Fallacies*. San Diego, Academic Press, pp. 71-90.
- LULL, Vicente (2007): “Ética y Arqueología”, en *Trabajos de Prehistoria*, vol. 64, nº 1 Enero-Junio, pp. 13-21.

- McILWAINE, Stephen; TANNER, Stephen; GREEN, Kerry (2001): "Journalism specialisms: Generating better generalists". *Australian Journalism Review*, vol. 23, nº 1, pp. 171-181.
- MENESES FERNÁNDEZ, María Dolores (2004): "Prehistoria investigada, Prehistoria divulgada. Tratamiento periodístico del acervo prehistórico y arqueológico en prensa diaria", en *Espacio, Tiempo y Forma, Serie I, Prehistoria y Arqueología*, UNED, nº 16-17, pp. 357-371.
- MENESES FERNÁNDEZ, María Dolores (2007): "En torno al periodismo especializado. Consensos y disensos conceptuales", en *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, UAB, nº 37, pp. 137-152.
- MENESES FERNÁNDEZ, María Dolores; GARCÍA MORALES, María; ESTEVE GONZÁLEZ, Fernando (2005): "Remote ancestors or scientific evidence? Prehispanic mummies from the Canary Islands in the media", en RABINO MASSA, E. (ed.), *Journal of Biological Research. Proceedings, V World Congress on Mummy Studies*, pp. 287-289.
- MINISTERIO DE CULTURA (2009): *Anuario de Estadísticas Culturales*, en <http://www.mcu.es/estadisticas>.
- RINGOOT, Roselyn; RUELLAN, Denis (2007): "Journalism as permanent collective invention", en *Brazilian Journalism Research*, vol. 3, nº 2, pp. 67-76.
- ROBLES, Gonzalo (2009): *La empresa informativa como empresa de tendencia*. Pamplona, EUNSA.
- RUIZ ZAPATERO, Gonzalo (1996): "La divulgación del pasado. Arqueólogos y periodistas: una relación posible", en *Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, nº 17, pp. 96-99.
- RUIZ ZAPATERO, Gonzalo (2002): "Arqueología e identidad: la construcción de referentes de prestigio en la sociedad contemporánea", en *ArqueoWeb, Revista sobre Arqueología en Internet*, vol. 4, nº 1.
- RUIZ ZAPATERO, Gonzalo; MANSILLA CASTAÑO, Ana (1999). "L'arqueologia en els mitjans de comunicació. Materials per a una reflexió crítica sobre la divulgació del passat", en *Cota Zero: revista d'arqueologia i ciència*, nº 15, pp. 42-62.
- SILVA, Gislene (2009): "Of what field of journalism are we talking about?", en *Revista Matrizes*, vol. 3, nº 1, pp. 197-211.
- VALBUENA DE LA FUENTE, Felicísimo (2003): "Estrategia y táctica de la negociación. Pragmática de la negociación", en *CIC Cuadernos de Comunicación y de Información*, nº 8, pp. 71-116.
- VV.AA. (2009a): *Informe Anual de la Profesión Periodística 2009*. Madrid, Asociación de la Prensa de Madrid.
- VV.AA. (2009b): *Pre-actas Sextas Jornadas de Patrimonio Arqueológico de la Comunidad de Madrid. Sesión dedicada al Patrimonio y los medios de comunicación*, Alcalá de Henares, 2-4 de diciembre, Museo Arqueológico Regional.