

Percepciones sobre la comunicación pública de la arqueología y el patrimonio. El caso de los científicos de Atapuerca (España)

María Eugenia Conforti y Juan Ignacio Legaria

Abstract

En este trabajo se presenta un análisis de las percepciones que los científicos poseen respecto del proceso de comunicación pública de la ciencia de los yacimientos arqueológicos de Atapuerca (España), considerados Patrimonio Mundial (UNESCO). A partir de una metodología cualitativo/etnográfica se recogen testimonios de investigadores sobre el impacto de la divulgación en el patrimonio y en la cultura científica. Los resultados muestran una impronta comunicacional intrínseca al proyecto científico y de gestión en el que los agentes perciben una alta responsabilidad pública.

Keywords

Public engagement with science and technology; Public perception of science and technology

Fecha de recepción: 11 de mayo de 2022

Fecha de aceptación: 5 de septiembre de 2022

Fecha de publicación: 7 de diciembre de 2022

Contexto y objetivos

Este trabajo se enmarca en un estudio más amplio que se propone abordar la comunicación pública de la arqueología y del patrimonio arqueológico en España a partir de los Yacimientos Arqueológicos de Atapuerca. Las investigaciones científicas sistemáticas realizadas en este conjunto durante más de cuarenta años han arrojado importantes resultados en el campo de los estudios de la evolución humana a nivel mundial [Alonsoetal2021; CarbonellTristan2017]. Se trata de un caso cuya relevancia científica ha tenido diversos impactos. Por un lado, una importante visibilidad social respaldada por la obtención de reconocimientos de orden nacional e internacional, destacando entre ellos su inclusión, en el año 2000, en la lista de Patrimonio Mundial por parte de UNESCO, a partir de su valor universal excepcional. Por otro lado, la implementación de estrategias para su uso turístico lo ha convertido en un recurso cultural sustentable y en uno de los principales activos económicos de Castilla y León [SarmientoCarrion2020]. Durante este proceso, tanto los encargados de la gestión, como los científicos que lo investigan adoptaron una fuerte impronta comunicacional. Arista clave para entender su relevancia — científica y social— en el marco del giro comunicativo en ciencia y tecnología [PolinoCastelfranchi2012].

En ese marco, este trabajo se centra en analizar las percepciones que los agentes vinculados a la producción del conocimiento especializado sobre los Yacimientos Arqueológicos de Atapuerca poseen respecto de los mecanismos de comunicación pública de la ciencia (en adelante CPC) llevados adelante históricamente sobre el mencionado sitio patrimonial. Dicha cuestión será abordada desde el campo de la comunicación de la ciencia, a partir de los estudios cualitativo/etnográficos de percepción pública [**PolinoCastelfranchi2019**].

Este grupo particular — los científicos— plantea diferentes tipos de interrogantes al presente estudio, relacionados con sus características, motivaciones e intereses para involucrarse — con mayor o menor interés— en el proceso de CPC. En ese sentido, se abordará cómo se construyen las representaciones subjetivas sobre la comunicación que hacen al colectivo científico de Atapuerca. Existen escasos antecedentes de este tipo de estudios en el campo de la arqueología [**Kapff2004; CarmonaJimenez2006; Scherzler2007; Conforti2010; ConfortiGiacomassoMarianoEndere2016**], y su abordaje constituye una oportunidad para dialogar con resultados similares de investigaciones afines realizadas en el ámbito de la comunicación pública de la ciencia centrada en los agentes [**KreimerLevinJensen2011; TorresAlberoetal2011; BesleyDudoYuan2018; BesleyDudoYuanLawrence2018; CerratoDaelliPertotPuccioni2018**].

Arqueología pública y comunicación pública de la ciencia

En este trabajo intentamos poner en relación el campo de la Arqueología Pública (y el patrimonio arqueológico) con la CPC. La Arqueología Pública es una subdisciplina de la arqueología que se encarga de los múltiples asuntos que exceden a la investigación básica y atañen a nivel social, entendiendo que la actividad arqueológica no culmina cuando el producto de la interpretación de las investigaciones es ofrecido al interior de la comunidad académica para su discusión, sino que sostiene que las investigaciones efectuadas en el marco de esta disciplina son de interés público [**Moshenska2009**], así como la necesidad de que los investigadores de la arqueología efectúen acciones de devolución a la comunidad en relación a los resultados obtenidos. Esto se relaciona con lo que plantea **BustosCara2004** sobre los procesos de apropiación y valorización de los bienes culturales (en este caso arqueológicos) en tanto acción selectiva, ya sea individual o colectiva, que se expresa en acciones concretas capaces de promover y construir referencias identitarias a largo plazo. En relación a ello, UNESCO incorporó — a principios del siglo XXI— entre los objetivos estratégicos de la Convención del Patrimonio Mundial a la “comunicación” como un eje central, refiriendo a su importancia en incrementar la conciencia pública, la participación y el apoyo al patrimonio. A través de la comunicación, se apela a poner en común los valores y la calidad de los bienes arqueológicos para contribuir en la promoción de las “buenas prácticas” sociales frente al patrimonio [**UNESCO2002; CastilloMena2015**].

La patrimonialización de valores de un determinado conjunto implica la construcción de una “conciencia patrimonial”, que en general, en las condiciones actuales tiene un carácter representacional y comunicacional. Alcanzar con éxito la sustentabilidad de estos patrimonios depende en primer lugar de la comprensión de los procesos sociales y culturales que los rigen. Cabe destacar que la

sustentabilidad desde su dimensión social y cultural promueve el mantenimiento del sistema de valores, prácticas y símbolos de identidad, la igualdad y el bienestar humano [Guimaraes2003]. Para ello resulta central entender el rol de la comunicación en los procesos de puesta en común del patrimonio cultural (en particular, el arqueológico) y una forma de aproximarnos al tema es abordar las percepciones de los agentes involucrados en su estudio.

El tema de los agentes ha sido abordado en numerosos trabajos que se centran en el papel que perciben los científicos en la sociedad, sus actitudes, creencias normativas y de eficacia: el deber y la necesidad de promover la ciencia y su importancia en la sociedad, de influir en la percepción pública de la ciencia, de sembrar el amor por la ciencia en los jóvenes o del poco tiempo que disponen para divulgar [BesleyDudoYuan2018; BesleyDudoYuanLawrence2018; CerratoDaelliPertotPuccioni2018].

Observando las formas actuales de prácticas y discursos de producción de conocimientos y haciendo énfasis en el aspecto comunicacional contemporáneo de las instituciones científicas, PolinoCastelfranchi2012 muestran cómo la CPC tiene un papel central en la construcción de saberes y en la gobernanza de los escenarios complejos actuales. Así, la responsabilidad hacia la sociedad es especialmente fuerte entre los investigadores que trabajan con fondos públicos y cada vez más científicos están convencidos de que tienen un papel público que cumplir [CerratoDaelliPertotPuccioni2018].

Por ello, en este trabajo se pretende aportar a la profundización del caso de Atapuerca, dado que desde 2014 este equipo viene realizando estudios vinculados a su comunicación y a las percepciones de diferentes sectores del público, que evidencian estrategias de CPC vinculadas a un modelo tendiente a superar el déficit comunicacional [ConfortiMarianoDiezLomanaEndere2019; ConfortiChaparroDegeleDiezLomana2018; ConfortiDiezFernandez-LomanaMariano2015]. En ese marco, se espera que los resultados de este estudio que interpela a los científicos de Atapuerca constituya un aporte valioso para entender su complejidad.

El caso Atapuerca

Los yacimientos arqueológicos de las Sierras de Atapuerca (en adelante Atapuerca) se ubican en la provincia de Burgos, España (Figura 1). El interés en el estudio arqueológico de esta zona se remonta a fines del siglo XIX con las primeras interpretaciones de sus cuevas [Alonsoetal2021]. Sin embargo, recién en la década de 1970 se inició un período de investigaciones sistemáticas que se han sostenido hasta la actualidad. Desde la década de 1990 la dirección del Proyecto de Investigación de Atapuerca está a cargo de tres codirectores que crearon un grupo multidisciplinar llamado "Equipo de Investigación de Atapuerca" (en adelante EIA), integrado aproximadamente por 176 especialistas, de diferentes nacionalidades y disciplinas. El trabajo durante la excavación de cada verano en los yacimientos de la sierra de Atapuerca se complementa el resto del año desde universidades y centros de estudio¹ (donde se llevan adelante las diversas investigaciones). Los principales a nivel español son la Universidad de Burgos, el

¹Fuente:<https://www.atapuerca.org/es/atapuerca/Proyecto-Atapuerca>.

Centro Nacional de Investigación sobre Evolución Humana en Burgos, el Institut de Paleoecologia Humana i Evolució Social en Tarragona y el Centro Mixto de la Universidad Complutense de Madrid— Instituto de Salud Carlos III de Evolución y Comportamiento Humano en Madrid [Alonsoetal2021].



Figura 1. Ubicación de Atapuerca, Burgos (España).

A lo largo de los más de 40 años de estudios científicos se identificaron en quince yacimientos diferentes evidencias de la evolución de los grupos humanos en Europa Occidental desde hace más de un millón de años hasta la actualidad. Los homínidos hallados en Atapuerca representan cinco especies diferentes: *Homo sp.* (restos fósiles aún sin determinar que datan de 1.300.000 años), *Homo antecessor* (850.000 años), *preneandertal* (500.000 años), *Homo neanderthalensis* (50.000 años) y *Homo sapiens*. Puede afirmarse que esta relevancia se “ha materializado en un millar de publicaciones científicas que ha situado al Equipo de Investigaciones de Atapuerca a la cabeza de los estudios sobre Evolución Humana a nivel mundial” [Alonsoetal2021]. Además, la magnitud de los resultados los ha hecho merecedores de reconocimientos de diversa índole, entre los que se destaca en el año 2000 su inclusión en la lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO, considerando que cumple con el criterio de ser el testimonio más antiguo y abundante de la existencia humana en Europa, cuyos restos fósiles constituyen una excepcional reserva de información sobre la naturaleza física y el modo de vida de las primeras comunidades humanas en Europa (UNESCO, 2000).²

El avance de las investigaciones fue acompañada por un conjunto de estructuras de gestión tendientes a consolidar su desarrollo, no sólo a nivel científico sino también público. A lo largo de los más de 40 años de existencia del proyecto Atapuerca han sido numerosos los profesionales que se han abocado a realizar las tareas de CPC del proyecto: investigadores, educadores, comunicadores y periodistas, especialistas en museos y patrimonio cultural, documentalistas, etc. Cabe destacar

²Información disponible en: <http://whc.unesco.org/en/list/989>.

que el desarrollo en la profesionalización de la comunicación ha sido progresivo. Los primeros agentes en dedicarle tiempo y esfuerzo a estas tareas fueron los propios científicos que lo investigaban, y actualmente continúan siendo un pilar importante del modelo comunicacional. Inicialmente se acercaban a las comunidades circundantes y a los medios de comunicación local para informar sobre sus hallazgos y el potencial científico. Fue a finales de la década de 1980 cuando se comenzaron a celebrar las primeras ruedas de prensa para presentar los resultados de la campaña de excavación a los medios. Con el pasar de los años y la magnitud de los hallazgos comenzaron a crearse estructuras organizativas y a realizarse actividades de mayor magnitud y diversidad. Algunos aspectos destacados de este proyecto en materia de CPC lo constituyen, por ejemplo, la creación de un periódico propio (de divulgación) que se sostiene hasta la actualidad o la incorporación en tiempos iniciales del proyecto de un documentalista como miembro estable del equipo y responsable de las producciones audiovisuales y fotográficas hasta hoy. Además, sus exposiciones itinerantes han recorrido el mundo³ [MuseoEvolucionHumana2018]. Sólo algunas de las más destacadas acciones que se vinculan a la comunicación del proyecto han sido sintetizadas en la Figura 2. Cabe mencionar que actualmente la estructura comunicacional se sostiene a través del trabajo articulado entre la Fundación Atapuerca, el Museo de la Evolución Humana, el Carex y las Unidades de Cultura Científica de cada una de las instituciones académicas ya mencionadas que intervienen en su desarrollo científico y público.

La visibilidad pública del Proyecto Atapuerca ha sido siempre una constante en su desarrollo histórico [AlonsoAlcaldeMartinNajera2013], la magnitud de sus hallazgos y los premios representaron desde el inicio una permanente presencia mediática (Figura 3), que ha sido potenciada en tiempos recientes con la expansión de las redes sociales [ChomonBusto2018]. La obtención de un fuerte impacto social vió incrementado su valor turístico al punto de ser unos de los principales bienes culturales activos de la provincia de Burgos. La implementación de una estrategia de comunicación mediada por infraestructuras e instituciones creadas especialmente para dichos fines, así como una actitud activa de socialización y divulgación del conocimiento [BermudezdeCastro2012] ha convertido a Atapuerca en un modelo exitoso [Nieto-Galan2011]. Este tipo de organización, lo transformó en un referente no sólo para la arqueología sino para la comunidad científica en general, despertando así un genuino interés en su investigación desde el campo de la comunicación de la ciencia.

Métodos

El diseño metodológico fue de carácter cualitativo-interpretativo, basado en un enfoque etnográfico [Guber2011], tendiente a reflejar en el análisis la diversidad y singularidad de las perspectivas de los propios actores en su contexto de prácticas [HamilakisAnagnostopoulos2009]. La recolección de información se realizó *in situ*, en el marco de las excavaciones arqueológicas intensivas realizadas en los Yacimientos de Atapuerca durante el mes de julio de 2021 — momento de masiva afluencia de investigadores de diferentes disciplinas—. Entre ellos se seleccionó una muestra intencional de informantes clave, compuesta por profesionales

³Exposiciones: “The first europeans treasures from the hills of Atapuerca” (Nueva York, 2003); “Atapuerca, sur les traces des premiers européens” (París, 2009); “Atapuerca” en la Exposición Universal de Shanghái (China, 2010).

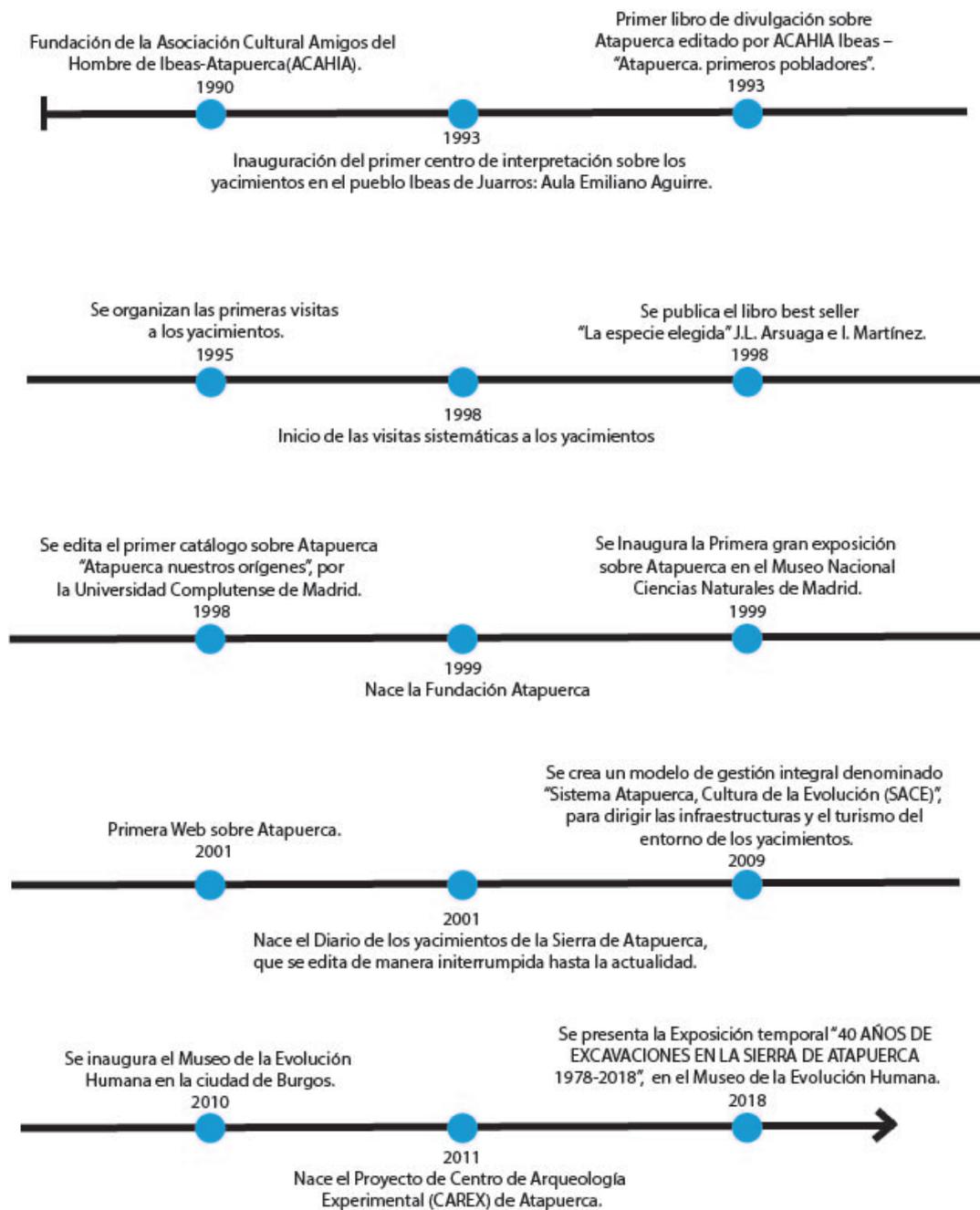


Figura 2. Hitos destacados en la historia de la comunicación de Atapuerca.

consolidados, o en grado avanzado de formación, que desempeñan sus funciones de manera habitual en el yacimiento. Mediante entrevistas en profundidad semi-estructuradas individuales y grupales, se recogió un total de 78 testimonios de agentes que accedieron voluntariamente a participar del estudio.⁴ Cabe aclarar que los agentes entrevistados se dividen en 46 mujeres y 32 varones. 7 son investigadores extranjeros. Los participantes del relevamiento identificaron sus especialidades o disciplinas de referencia en: arqueología, paleontología, biología,

⁴Se obtuvo de ellos el correspondiente consentimiento informado, según lo establecido en los ítems 4, 8 y 9 de los Principios Éticos que rigen la relación con las Personas que son Sujetos de Investigación, del Código de Ética de las Ciencias Sociales (CONICET-Argentina) (Res. 2857/06).



Figura 3. Galería sobre la Comunicación y Difusión Atapuerca, ubicada en la muestra permanente del Museo de la Evolución Humana (Burgos).

geología, antropología, geografía, paleoantropología, conservación y restauración, medicina, geofísica, historia y patrimonio, historia, antracología, taxonomía y humanidades. A los fines de este trabajo, en la Tabla 1 se sintetiza la composición de la muestra, detallando el nombre del yacimiento en el cual los sujetos se encontraban excavando al momento del registro y los códigos mediante los cuales se identifican los respectivos testimonios en la sección Resultados.

Para el tratamiento y análisis de la información se empleó el software ATLAS.ti (versión 8.4).

Guía de entrevistas

El guion completo de la entrevista realizada consta de 14 preguntas (Figura 4). Se seleccionaron para este trabajo los interrogantes 6, 8, 10 y 11, y se construyeron así los tres ejes de análisis aquí abordadas:

- La primera variable “Impronta Comunicacional” refiere a la fuerte visibilidad pública del Proyecto Atapuerca, se relaciona con una mirada retrospectiva y diacrónica sobre el desarrollo histórico de la comunicación del trabajo realizado sobre los yacimientos.
- La segunda variable “Agentes sobre CPC” y en ella se congregan sus consideraciones sobre el lugar que ocupa la comunicación pública⁵ — en sus

⁵Cabe aclarar que en sus respuestas los entrevistados utilizaron como sinónimos las expresiones: Comunicación científica, divulgación, socialización. Consideramos que esta situación no altera el sentido de sus respuestas en relación a los objetivos del estudio.

Tabla 1. Clasificación de investigadores entrevistados.

CIENTÍFICOS ENTREVISTADOS DURANTE LAS EXCAVACIONES 2021			
Tarea realizada en el equipo de excavación	Nombre del Yacimiento en el que excava	Codificación	Número de Entrevistados
Codirector de Proyecto		DIR.	3
Investigador Responsable de Tareas de Logística		LOG	2
Investigador que excava	Yacimiento La Paredeja	LP	2
Investigador que excava	Yacimiento El Mirador	EM	4
Investigador que excava	Yacimiento Laboratorio de lavado de sedimentos de la Trinchera (Río Arlanzón)	RA	6
Investigador que excava	Yacimiento Galería de las Estatuas Exterior	EE	7
Investigador que excava	Yacimiento Galería	GA	7
Investigador que excava	Yacimiento Gran Dolina TD4	TD4	8
Investigador que excava	Yacimiento Portalón de Cueva Mayor	CM	9
Investigador que excava	Yacimiento Gran Dolina TD8	TD8	10
Investigador que excava	Yacimiento Cueva Fantasma	CF	10
Investigador que excava	Yacimiento Sima del Elefante	SE	10
			Total 78

diferentes formatos y modelos— en las tareas científicas de los investigadores y sus preferencias al respecto.

- La tercera se centra en “La responsabilidad en CPC” y se divide en dos ejes. Por un lado, se agrupan sus reflexiones sobre quién posee la mayor responsabilidad de comunicar públicamente los conocimientos sobre Atapuerca, refiriéndose a científicos, gestores o comunicadores (considerados los tres agentes que operan directamente sobre los discursos públicos de los yacimientos). El otro eje que se aborda en esta variable releva sus opiniones sobre la responsabilidad social que poseen respecto de los conocimientos que producen sobre el pasado.

Guion de entrevista investigadores

Durante la excavación de los yacimientos

1. Nombre y Apellido.
2. Título máximo alcanzado.
3. Equipo de Investigación en el que trabaja.
4. Línea de Investigación que dirige o desarrolla.
5. ¿Cómo fue su vinculación inicial con el proyecto de Atapuerca? ¿Cuál es su principal interés en este proyecto?
6. ¿Considera que como científico tiene una responsabilidad social respecto de los conocimientos que produce sobre el pasado?
7. ¿Qué vínculo cree que relaciona a la comunicación científica con el patrimonio cultural?
8. En su tarea científica ¿qué lugar ocupa la comunicación pública (divulgación) en sus diferentes formatos y modelos? ¿la practica?
9. ¿Usted considera que en Atapuerca la comunicación es inseparable de la investigación?
10. Científicos, gestores (gerentes) o comunicadores: ¿de quién es la tarea/responsabilidad de comunicar (en Atapuerca)?
11. ¿Cuál es su opinión respecto de por qué y cómo se fue construyendo la impronta comunicacional pública tan fuerte de Atapuerca, a diferentes escalas (nacional e internacional)?
12. ¿Qué cree que es lo que más valora el público de Atapuerca?
13. ¿Considera que la declaratoria de Patrimonio de la Humanidad de Unesco (recibida en 2000) impactó en la Comunicación de Atapuerca a Nivel Internacional.
14. Por último, ¿Cómo cree que impactó en la comunicación de Atapuerca la pandemia COVID 19? ¿A qué desafíos debieron enfrentarse?

Figura 4. Guion entrevista completo aplicado a los investigadores durante las excavaciones de Atapuerca en el año 2021.

Resultados

A continuación, se presentan los principales resultados sobre la consulta a investigadores según los ejes de análisis seleccionados.⁶

Eje Impronta comunicacional fuerte

En cuanto a las opiniones de los investigadores respecto de por qué y cómo se fue construyendo la impronta comunicacional pública de Atapuerca, a diferentes escalas (nacional e internacional), el 64 % (43) aseguran que se debe al trabajo prematuro y constante de los tres directores del proyecto Atapuerca:

“Creo que las personas que empezaron con el trabajo, los tres directores, han apostado por eso. Tenían muy claro que el respeto y el apoyo al patrimonio tenía que venir por la conexión entre la investigación y la socialización, no solo desde los políticos sino también de la sociedad” (LOG-2).

No obstante, alrededor del 36 % (24) de las 66 opiniones que los entrevistados proporcionaron expresan que esta calidad y cantidad de divulgación científica de los Yacimiento de Atapuerca se debe a la unicidad de los hallazgos que allí se han realizado:

“Por lo que es científicamente Atapuerca, no hay otro sitio como este, tan interesante. Es más fácil llegar al público cuando tienes algo espectacular” (RA-2).

Otros expresaron diversas aristas que complementan y complejizan las razones de la impronta comunicacional del Proyecto:

“Es resultado de muchísimos años de trabajo, más de 40. Es un sitio excepcional por dos cosas: por lo que hay y por la gente que ha sabido juntar lo rico que es este lugar, este paraíso de los fósiles, con las mentes privilegiadas que llevan dirigiendo todos estos años que han sabido inculcar el respeto hacia todo el público” (TD4-1).

“Ha sido un esfuerzo claro y brutal de dedicación a la divulgación como no lo había hecho ningún otro proyecto científico en Europa. El nivel de conocimiento general que hay en España sobre evolución humana es altísimo, todo el mundo sabe algo. Es esa combinación: una investigación multidisciplinar importante detrás que genera conocimiento de interés y genera alcance. Y que hemos tenido una escuela que se transmite, las vocaciones se transmiten” (TD4-8).

Eje Agentes sobre CPC

En cuanto a qué lugar ocupa la CPC en sus diferentes formatos y modelos en las tareas científicas de los investigadores, si la practican y qué prefieren, de los 74 relatos de entrevistados, el 36 % (27) asumió dedicarse de manera asidua a actividades de divulgación (a). Mientras que el 31 % (23) aludió no estar realizándolas (b). No obstante, todos los consultados refirieron a la importancia de la divulgación en el trabajo con bienes patrimoniales y en especial dentro del Proyecto Atapuerca.

⁶Cabe destacar que en el análisis de los resultados no se encontraron diferencias significativas de acuerdo a los roles de los agentes indicados en la Tabla 1. Esto permitió establecer generalidades que interpretamos en el marco de su trabajo colectivo.

- (a) *“Es una cuestión de todos. Es cierto que sí hay personas dedicadas a ello, pero es una tarea de todos. Aquí en España los proyectos comienzan a pedir que realicemos divulgación, pero nosotros ya realizábamos antes”* (EM-1).
“Hago un poco de todo, es lo que llega al final de todo proceso de investigación. El tipo de actividades que hago son notas de prensa, charlas públicas, redes sociales” (LP-2).
- (b) *“Ahora mismo poco, porque no tengo tiempo. En Facebook y tal comparto noticias. Prefiero dar charlas divulgativas, en la universidad ya ni cuento las que doy. Con los medios de comunicación creo que es una profesión que tiene que estar siempre de la mano”* (EM-2).
“No tanto como las que me gustaría. Prefiero lo presencial, las redes las toco, pero prefiero el contacto con la gente. Presencialmente, quizás en el movimiento de redes creo que se tiene que mantener la divulgación” (TD8-7).

La gran mayoría elige la presencialidad — en los formatos charla y guía—, mientras que muchos aludieron a las potencialidades de la virtualidad y la escritura — relacionado al pudor de hablar en público y en televisión—. Algunos trabajan asiduamente con los medios porque lo prefieren y lo creen productivo y casi todos utilizan Twitter — perfiles personales y también de los equipos de investigación— para difundir sus producciones.

Eje La responsabilidad en CPC

En la primera parte de este eje se aborda sus opiniones sobre ¿Quién tiene más responsabilidad de comunicar en Atapuerca (científicos, gestores o comunicadores)? Se obtuvieron 59 respuestas, sobre un total de 78 entrevistados.

En términos generales sus apreciaciones se dividen en dos grandes grupos de respuestas. Por un lado, la mayoría de las reflexiones de los científicos (37 respuestas, 63 %) consideran una responsabilidad compartida por los tres grupos de agentes vinculados a la CPC de Atapuerca. Mencionan la construcción de un modelo de comunicación basado en un trabajo en equipo donde cada parte realiza un aporte específico, que complementa el proceso en su totalidad:

“Todos. Jefes, investigadores, divulgadores. Cada uno en su nivel de manera colaborativa, es una reacción en cadena” (CM-6).

“Compartida, cada uno llegamos a un público diferente, y ese equilibrio y ese tet a tet es lo que nos permite sobre todo llegar a todo el mundo que tenga algo de interés” (TD8-5).

Por otra parte, en menor porcentaje (22 respuestas, 37 %) los consultados se inclinan en individualizar por alguno de los agentes en primer lugar: 13 optan por dar prioridad a los investigadores, seis a los divulgadores (o comunicadores), uno a los voluntarios de las excavaciones y dos a los gestores (incluyendo en este segmento a los codirectores científicos del Proyecto Atapuerca, que son además investigadores activos). No obstante, es preciso destacar que en el desarrollo de sus respuestas todos mencionan la necesidad de un trabajo colaborativo entre agentes para conseguir una comunicación exitosa. Por ejemplo, quienes priorizan a los investigadores lo hacen considerando que son los productores del insumo científico y quienes deben motivar inicialmente el interés en los comunicadores para que se desarrolle un proceso de facilitación, colaboración y calidad:

“Los investigadores sí que tenemos una parte de responsabilidad pero muchas veces no estamos formados para hacerlo, entonces tiene que haber gente especializada en traducir lo que nosotros decimos con nuestras palabras técnicas y que haya gente formada, que tenga conocimientos de investigación y comunicación y divulgación” (GA-4).

Por otra parte, quienes mencionan en primer lugar a los divulgadores lo hacen en consideración de su valor profesional como especialistas, en el marco de una relación interdisciplinaria conjunta. De igual manera quienes consideran a los gestores lo hacen en alusión a los tres codirectores científicos, como las caras más visibles públicamente.

En el conjunto de sus respuestas se ponen de manifiesto aspectos generales del proyecto comunicacional que destacan como la impronta del caso de Atapuerca, y que consideran son los que han marcado la diferencia y el liderazgo. Por ejemplo, la profesionalización del trabajo de comunicación pública que implica la creación de un equipo de divulgación estable, a largo plazo y que conforma — y se retroalimenta— de los tres pilares del proyecto: investigación, docencia y socialización. También enfatizan en la intención de gestionar la comunicación en equipo para alcanzar un equilibrio basado en el trabajo interdisciplinario y colaborativo.

La segunda parte del eje está centrada en sus respuestas respecto de si consideran que como científicos tienen responsabilidad social respecto de los conocimientos que produce sobre el pasado. Se obtuvieron 71 respuestas, sobre un total de 78 entrevistas.

La respuesta a este interrogante fue unánime, todos consideraron tener algún tipo de responsabilidad en el proceso. Las justificaciones que argumentan corresponden a diferentes aspectos que no necesariamente pueden entenderse como desvinculados, sino que muestran una estrecha relación. La mayoría (33 científicos, 46 %) lo asocia a una motivación personal por contribuir a la democratización del tema y visibilizar el trabajo que realizan los científicos. Esto aporta en la acción de actualizar e incrementar los conocimientos que circulan socialmente sobre el pasado e interesar a la gente:

“Tenemos una responsabilidad social si queremos que esto siga creciendo, más gente lo conozca y pueda comprenderlo, y más gente se pueda incluir aquí, que el mundo conozca la importancia de conocer el pasado porque eso puede significar muchos cambios sociales interesantes en una época de muchos cambios” (EE-6);

“Si, es fundamental la divulgación porque si no somos capaces de explicar al resto de la población la importancia de las investigaciones que realizamos muchas veces se pierde ese valor y no se da importancia. Creo además que Atapuerca es ejemplo de cómo puede ganar un proyecto de investigación cuando la gente conoce, le da valor y aprecia lo que se está haciendo, y creo que desde el principio aquí se está haciendo en ello un trabajo enorme” (CF-8).

En segundo lugar, manifiestan asumir una responsabilidad en relación al uso de fondos públicos (financiamiento estatal) para la investigación, dinero que deviene del aporte tributario de los ciudadanos, con los que manifiestan tener un compromiso de retribución en forma de conocimiento:

“Si me lo guardo para mí ¿qué sentido tiene? Trabajamos con contratos públicos y eso tiene que volver a la gente” (RA-2).

Un número menor (13 entrevistados, 18 %), fundamentan también en el hecho de considerarlo una necesidad, es decir una parte constitutiva del proceso de investigación que de no realizarse genera un ciclo incompleto:

“Es fundamental. Lo considero parte inherente de mis responsabilidades. No se acaba con la generación de conocimiento, es luego contarlo, ponerle cara. Un conocimiento que no se transmite se muere. Los humanos necesitamos a otros humanos, somos una especie eminentemente comunicativa” (TD4-8).

También seis de los entrevistados (8 %), relacionan la responsabilidad directamente al tema del patrimonio cultural, atendiendo a que se trata de un proceso de generación de conocimiento sobre un bien con los máximos estándares de declaratoria y protección, de carácter público y comunitario:

“Es responsabilidad, trabajamos con patrimonio y tenemos el máximo reconocimiento internacional de Patrimonio de la Humanidad, significa que no es nuestro. Somos unos privilegiados que lo estamos recuperando, pero somos unos intermediarios y tiene que ser reconocido por todo el mundo” (TD4-3)

En términos generales todas las respuestas están relacionadas a considerar una alta responsabilidad social que también se vincula con lo que ellos reconocen ha sido parte constitutiva del proyecto desde sus orígenes, lo definen como “una escuela” que “se les ha inculcado”, una parte fundamental de un modelo de tres pilares (investigación, formación de recursos humanos y socialización) que han aprendido — e incorporado en diferentes escalas y medidas—, pero que no se ignora sino que por el contrario se asume y se sostiene para garantizar el equilibrio integral del proyecto.

Discusión y comentarios finales

El objetivo de este trabajo fue presentar las percepciones que poseen los agentes expertos en la producción de conocimiento científico sobre los yacimientos arqueológicos de Atapuerca, respecto del proceso de comunicación pública. La selección de este caso se justifica en su carácter de espacio científico-patrimonial cuyo proyecto de investigación-gestión incluye entre sus principales objetivos la promoción social de una cultura científica a través de un proyecto de CPC puesto en práctica mediante la creación de un conjunto de instituciones y la consolidación de equipos de trabajo especialmente formados. Además, una característica particular de Atapuerca es que dicho complejo comunicacional incluye de manera protagónica a los investigadores. La historia de este conjunto patrimonial lo dota de cierta relevancia para su abordaje y permite discutir algunos aspectos centrales de su implicación en la construcción colectiva de un modelo de CPC arqueológica tales como: a) el impacto en la patrimonialización de un bien cultural con el máximo nivel de declaratoria internacional; b) la representación del giro comunicativo en la ciencia y la tecnología, así como su impacto en la cultura científica; y c) el lugar que en estos discursos ocupa el punto de vista clásico de la popularización entendida en tanto modelo de simplificación.

- a) En cuanto al impacto que representa sobre el patrimonio el modelo de comunicación que sostienen, queda en evidencia la apropiación de la comunicación como un eje central que aparece en sus percepciones asociada directamente a la idea del patrimonio como bien público, en vinculación directa con lo que promueven los cambios del año 2002 de la UNESCO para los bienes del patrimonio mundial. Para generar una genuina valoración y apropiación social de un conjunto de bienes culturales “de la humanidad”, resulta necesario instalarlo en la agenda de discusión ciudadana, pero también en la de las diferentes esferas de gobierno (locales, regionales, nacionales). Ello sólo se logra con una necesaria difusión en diferentes escalas, como parte de lo que en el campo de la arqueología pública y el patrimonio cultural se ha dado en llamar las “buenas prácticas”, en relación a una gestión pro-activa y dinámica de los bienes del Patrimonio Mundial que atienda a la heterogeneidad de las comunidades y busque estrategias tendientes a que la mayoría de personas se sientan representadas y reconocidas en los bienes Patrimonio Mundial que los afecten [CastilloMena2015]. En este trabajo esto también es entendido en el marco de un aporte a la consolidación de una cultura científica porque contribuye a la promoción de visiones críticas y analíticas de los públicos frente al patrimonio, basado en el conocimiento científico.
- b) El giro comunicativo se plantea en relación con una expansión de la cultura científica desde la incorporación de estructuras institucionales que la promueven e impulsan a los científicos a interactuar cada vez más con la sociedad. En Atapuerca, puede observarse en las percepciones de los entrevistados su auto reconocimiento como integrantes de un proyecto que se constituyó inicialmente interdisciplinario con una importante inversión institucional en la creación de áreas expertas, en la conformación de un equipo que incluyó el trabajo colaborativo entre divulgadores y científicos desde sus orígenes. Este equipo logró asumir esta postura hace más de 40 años, es decir en momentos previos a que ello se imponga en la agenda de políticas de CPC en España. Eso es reconocido por ellos como la base constitutiva de su fuerte impronta comunicacional actual, que relacionan directamente a los codirectores del proyecto, a quienes consideran “pioneros”. Además, en el contexto comunicacional de Atapuerca identifican que coadyuvan a ello la calidad (científica) de los hallazgos y el tema de la evolución humana que logró despertar un alto interés público. En este marco, la profesionalización de la comunicación de Atapuerca y la creación de un equipo estable para tales fines contribuye a fortalecer y dotar de oportunidades al proyecto en su conjunto. Específicamente en cuanto a su responsabilidad expresan de manera unánime que la asumen y la justifican en un interés colectivo por democratizar los conocimientos producidos y visibilizar el proyecto. El uso de fondos públicos les otorga una alta responsabilidad social que dicen se ha convertido en parte constitutiva de su hacer como científicos. Esta impronta no solo se sostuvo en el tiempo, sino que incrementó tanto cualitativa como cuantitativamente. Los datos científicos en aumento fueron siempre trabajados mediante una perspectiva comunicacional que permitió crear un relato, sobre el pasado y el patrimonio, y completarlo progresivamente. En este contexto, Atapuerca constituyó — y constituye— un desafío tanto para los políticos y las instituciones del Estado como para los propios investigadores. El enriquecimiento cultural y la

capacidad de instalar una marca son algunas de las promesas que hacen a la importancia social de las ciencias y la justificación de la gran inversión que ellas implican.

- c) Sobre el lugar que en estos discursos ocupa el punto de vista clásico de la CPC entendida en tanto modelo de simplificación, los resultados de este estudio alientan a afirmar que Atapuerca se ha desarrollado en una dirección diferente frente a otras realidades existentes. Por ejemplo, no se refleja en este caso de estudio un contraste entre la vocación de los científicos de divulgar y las limitaciones derivadas de un bajo grado de interés por la ciencia en la sociedad española, junto con las políticas de promoción profesional que no priorizan las actividades de divulgación. Estudios previos afirmaban que la mayoría de los científicos españoles se encontraban atrapados entre las actividades de divulgación, regidas por valores morales, y un contexto social y profesional escasamente favorable [TorresAlberoaetal2011], mientras que en las percepciones de este grupo de agentes de Atapuerca se evidencia que reconocen que se les provee un escenario que les ha resultado — y les resulta— motivador para incluir entre sus responsabilidades la comunicación pública, haciendo de ello uno de los pilares de su profesión.

No obstante, también se hace evidente entre sus reflexiones cierta reproducción de una visión de la CPC que distingue a los saberes expertos como genuinos y puros [Hilgartner1990]. Esto deja en evidencia un resabio de la clásica forma de entender la divulgación que alude a una simplificación apropiada y una actividad educativa necesaria para los no especialistas que se lleva a cabo en dos etapas muy marcadas. Primero, los científicos desarrollan los conocimientos genuinos, y luego los divulgadores difunden ideas más “simples” al público. En esta relación se sostiene que cualquier diferencia entre ambas caracterizaciones se basa en la alteridad entre las verdades originales de la ciencia genuina, y lo producido y comunicado en las acciones de socialización.

En suma, este trabajo constituye una aproximación al análisis sobre los contextos actuales de la CPC, situación que los protagonistas tienen presente y lo han manifestado en sus testimonios y reflexiones. Si bien proporciona algunos aportes concretos vinculados a su relación con este campo, es preciso reconocer que para comprender la complejidad de la comunicación del caso Atapuerca es necesario ponerlo en relación con la investigación más amplia que lo incluye y lo excede, un proceso que se está realizando en paralelo, y que podrá integrarse — y ser puesto en relación— en próximos proyectos. También este trabajo plantea como agenda futura la realización de estudios similares que se centren en otros casos comparativos y permitan ampliar las discusiones con datos más contextuales, que pueden o no estar vinculados a bienes patrimoniales con el máximo nivel de declaratoria, pero que sitúen a diferentes agentes frente a un ejemplo común de CPC. Estos ejercicios son desafiantes y necesarios para establecer reflexiones que pongan en tensión la teoría y la práctica de la comunicación de cara a los públicos — internos y externos—.

Este caso expresa la importancia que los actuales procesos de producción de conocimientos dan a la relevancia social de los mismos. Dejando en claro que existe un significativo cambio en los vínculos entre ciencias, Estado, mercado y sociedad civil, escenarios donde las instituciones científico-tecnológicas son entendidas

como suministradoras de saberes estratégicos. La estructura comunicacional que se creó en torno a la CPC constituye en Atapuerca un claro ejemplo de la importancia que tiene la relevancia social en la investigación y el trabajo con el patrimonio cultural. La determinación de los directores, la construcción ininterrumpida de un modelo comunicacional estratégico, la calidad de los hallazgos y la evolución humana como tema principal describen los puntales de una organización decidida a entender a la CPC como parte intrínseca de su actividad científica.

Acknowledgments

Al equipo de investigación de Atapuerca por los permisos para participar en la excavación durante 2021. A los entrevistados por su testimonio. Al equipo de la Fundación Atapuerca por la logística para la realización de este estudio. Al Dr. Juan Carlos Díez Lomana de la Universidad de Burgos por coordinar la investigación que dio origen a este trabajo. Financiamiento: Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de Argentina (CONICET), Beca Externa ejecutada en la Universidad de Burgos (España). Subsidios ANPCyT (PICT Project 0624/17) y CONICET (PIP Project 736/2021).

Autores

María Eugenia Conforti.  Dra. en Ciencias Sociales y Humanas. Licenciada en Comunicación Social. Investigadora adjunta del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de Argentina (CONICET), Instituto de Investigaciones Arqueológicas y Paleontológicas del Cuaternario Pampeano (INCUAPA), Programa Interdisciplinario de Estudios del Patrimonio (PATRIMONIA). Docente de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN-Argentina). Coordinadora de la Diplomatura Superior Universitaria en Comunicación Pública de la Ciencia (UNICEN-Argentina).



mariaeugeniaconforti@gmail.com

Juan Ignacio Legaria.  Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Entre Ríos. Becario del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de Argentina (CONICET), Instituto de Estudios Sociales (INES). Doctorando en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario. Docente, investigador y extensionista universitario especialista en comunicación de las ciencias. Comunicador científico en el sitio Ideas del Litoral.



juanignacio.legaria@uner.edu.ar

How to cite

Conforti, M. E. y Legaria, J. I. (2022). 'Percepciones sobre la comunicación pública de la arqueología y el patrimonio. El caso de los científicos de Atapuerca (España)'. *JCOM* 21 (07), A05.

English version

<https://doi.org/10.22323/2.21070205>



© The Author(s). This article is licensed under the terms of the Creative Commons Attribution — NonCommercial — NoDerivatives 4.0 License. ISSN 1824-2049. Published by SISSA Medialab. jcom.sissa.it