

El síndrome de Indiana Jones. La imagen social del arqueólogo.

Álvaro Carvajal Castro

Clara Hernando Álvarez

M^a de los Reyes de Soto García

Departamento de Prehistoria, Historia Antigua y Arqueología, Universidad de Salamanca.

Carlos. Tejerizo García

Departamento de Geografía, Prehistoria y Arqueología, Universidad del País Vasco.

carvajal@usal.es

clara85@usal.es

reyesdesoto@usal.es

carlosteje@gmail.com

RESUMEN

La presente comunicación tiene como objetivo analizar la visión social de la Arqueología y el arqueólogo y su posición profesional y científica dentro de la sociedad a través de los medios de comunicación de masas. La mitología creada en torno a la disciplina arqueológica genera una barrera entre el profesional y la sociedad de la que éste forma parte. El análisis de la valoración que la sociedad contemporánea hace del arqueólogo y del historiador está documentada en el estudio periodístico y la crítica de novela y cine, en las que al Arqueología parece ser elemento protagonista. Nuestra pretensión es la reconstrucción de la imagen social de la Arqueología.

Palabras clave:

Imagen social, análisis de medios, Arqueología, arqueólogo, noticias, patrimonio, cine.

ABSTRACT

This paper contends that there is a social myth that surrounds Archaeology, obscuring its actual content and creating a gap between its practice and practitioners, and the society of which they are part. This paper aims to study the social perception of Archaeology and the archaeologists as a means to assess a problem that might have serious implications for both the discipline and its professionals. An analysis of mass media, cinema and literature has enabled us to put forward some of the main aspects of this problem. This has led to a discussion on its causes and to a consideration of possible strategies to overcome it.

Keywords:

Social perception, analysis of mass media, Archaeology, archaeologist, heritage, cinema.

RESUM

La present comunicació té com a objectiu analitzar la visió social de l'Arqueologia i l'arqueòleg i la seva posició professional i científica dintre de la societat a través dels mitjans de comunicació de masses. La mitologia creada en torn a la disciplina arqueològica genera una barrera entre el professional i la societat de la qual aquest forma part. L'anàlisi de la valoració que la societat contemporània fa de l'arqueòleg i del historiador està documentada en l'estudi periodístic i la crítica de novel·la i cinema, en les que l'Arqueologia sembla ser l'element protagonista. La nostra pretensió és la reconstrucció de la imatge social de l'Arqueologia.

Paraules Clau:

Imatge social, anàlisi de mitjans, Arqueologia, arqueòleg, notícies, patrimoni, cinema.

Rebut: 1 septembre 2010; Acceptat: 1 decembre 2010

INTRODUCCIÓN. PLANTEAMIENTO Y OBJETIVOS.

El presente estudio parte de una pregunta: ¿qué es lo que la sociedad, como conjunto de individuos organizados económica y políticamente, piensa sobre la Arqueología y el arqueólogo? Mientras que la profesión se carga cada día más de contenido administrativo y burocrático y la arqueología investigadora se hace cada vez más lenta y compleja, la sociedad parece seguir anclada en la imagen del arqueólogo aventurero y buscador de tesoros, cuya visualización más extendida es Indiana Jones (*Indiana Jones: En busca del Arca perdida*, 1981). Se parte pues, de la hipótesis de una diferencia entre el modo de ver la Arqueología entre los que trabajamos en ella y la de la sociedad en general. Dado que las imágenes que la sociedad genera, más o menos distorsionadas, condicionan la opinión pública -*öffentlichkeit* (HABERMAS, 1981), éstas pueden crear una demanda social e institucional que no se corresponde con la realidad, los intereses y la potencialidad de la práctica arqueológica. En otras palabras, la imagen que la sociedad genera puede determinar la posición social del arqueólogo, lo que suscita otra pregunta, ¿qué importancia tiene esta visión en la configuración de la propia profesión?

Con el fin de analizar la brecha entre esos dos mundos, el social y el de la Arqueología profesional, se ha realizado un estudio fundamentado en el análisis de los medios de comunicación de masas en tanto que transmisores y creadores de opinión y de imagen. El objetivo es dar una respuesta a la pregunta anteriormente enunciada, es decir, cómo la sociedad percibe a la Arqueología y al arqueólogo, y cómo esa percepción se encuentra ligada a distintos factores –económicos, sociales y culturales. Para completar la valoración, hemos analizado una serie de películas y libros que, como objetos de consumo, plasman también la imagen social de la Arqueología y el arqueólogo. Este trabajo constituye el punto de par-

tida de una reflexión sobre el lugar en el que se encuentra la Arqueología y sus profesionales en nuestra sociedad, el porqué de esa situación y las estrategias que podemos diseñar, como arqueólogos e historiadores (además de miembros de la sociedad), para adecuar esta imagen a la realidad.

ANÁLISIS DE PRENSA METODOLOGÍA.

Se decidió realizar un análisis de la prensa porque se consideró que los periódicos, como medios de expresión de intereses de muy distinto tipo, permitirían abordar un estudio de la imagen social del arqueólogo desde una perspectiva múltiple. Para poder abarcar distintas escalas y ámbitos de opinión, se recurrió al estudio de seis periódicos: dos de tirada nacional –*El País* (EP) y *El Mundo* (EM)–; uno de tirada regional –*El Norte de Castilla* (NC)–; y tres periódicos locales –*La Gaceta de Salamanca* (GS), *Diario de Ávila* (DA)¹ y *Diario de Noticias de Álava* (DNA) . Abarcamos un arco temporal de seis meses: Julio-Diciembre de 2009. En total se recogieron 456 noticias, un muestreo suficiente para detectar tendencias cuantitativas y cualitativas.

Se diseñó un *análisis cuantitativo*² de contenidos . Para ello, seguimos la metodología descrita en GLYNN (et alii., 1999: 95). Este tipo de análisis se basa en la identificación y cuantificación de una serie de elementos preseleccionados para un medio dado y en un marco de tiempo concreto. Permite reconocer variables constantes e independientes de los lectores como base para una interpretación sobre el mensaje que transmiten los textos periodísticos. Se optó por un análisis cuantitativo frente a uno cualitativo, ya que el interés recaía sobre el mensaje que transmiten los medios de comunicación, y no tanto sobre los medios en tanto que transmisores. No obstante, se han destacado algunos elementos cualitativos con el fin de ilustrar algunas cuestiones relevantes

sobre las formas de transmisión de la información –por ejemplo, el papel de los medios como creadores de agenda -*agenda-setting-function* (CHULIÁ, 2003)³.

La definición de los elementos es un paso previo que responde a las hipótesis de partida que se formulan. Los elementos pueden consistir en palabras o expresiones concretas –“arqueología”, “arqueólogo”, “yacimiento” o “excavación”, que serían opciones obvias de cara a la selección de noticias–, pero puede tratarse también de expresiones, temáticas o asociaciones de palabras –por ejemplo, la asociación entre “arqueología” y “ciencia” como respuesta a la pregunta “¿presentan los medios de comunicación la Arqueología como una ciencia?”. Una vez formuladas las hipótesis y definidos los elementos, se elaboró un cuestionario de variables conforme al cual todos los investigadores llevaron a cabo la selección y análisis de las noticias. De esta forma, se aseguró un tratamiento homogéneo de la información.

Las variables analíticas, que sirvieron de base para la elaboración de una Base de Datos, son las siguientes:

- **temática** (patrimonio⁴, investigación, excavación u otro)
- **sección** (la sección del periódico en la que se presenta la noticia: Internacional, Nacional, Local, Cultura, Sociedad, etc.)
- **grado de aproximación** (con los valores 1 –sin mención directa a la arqueología–; 2 –mención indirecta a hallazgos / intervenciones / estudios arqueológicos–; 3 –noticia sobre hallazgos / intervenciones / estudios arqueológicos–);
- **asociación entre Arqueología y Ciencia;**
- **ciencias o disciplinas asociadas a la Arqueología;**
- **contexto de redacción** (turismo, ac-

tividad cultural, instituciones, obras, excavación, investigación, restauración, divulgación, exposición, memoria histórica y humor).

DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

La primera observación es la clara predominancia de las noticias con temática patrimonio sobre las demás. En todos los casos, salvo en *El País*, el porcentaje de noticias analizadas relacionadas con patrimonio superaba el 50% por ejemplo, la proporción representa el 80% de noticias en *La Gaceta de Salamanca*; el 71% en *El Mundo*; y el 68% en el Diario de *Noticias de Álava*. El número de noticias clasificadas como investigación es parecido en todos los casos –representan un 9,9% del total; 45 noticias de 456 documentadas–, salvo, de nuevo, el caso de *El País*, en el que un tercio de noticias se dedican a esta última referencia –22 noticias. Estas noticias son, en su gran mayoría, sobre descubrimientos y hallazgos puntuales y significativos, tratando muy pocas de ellas de una investigación más amplia como centro de la información. La tercera temática a destacar, excavación, contabiliza un total de 78 noticias (17%).

En segundo lugar, la mayor parte de noticias sobre cultura material pertenecen a secciones locales. Así, el 67% de noticias de *El Mundo* se encuentran en su sección de Castilla y León, donde se consultó el periódico; *La Gaceta de Salamanca*, con un 35% de noticias en su sección Local o **El Norte de Castilla** –edición de Valladolid–, con un 30% de noticias en la sección Valladolid. Esto no deja de tener su importancia en cuanto que puede conllevar una identificación emocional con un espacio, un pasado y un patrimonio que se entienden como propios y se reclaman como tales. Un ejemplo de esto podría ser la noticia de que en el pueblo salmantino de Robleda se encontró una estela, supuestamente de época tartessa, que los vecinos se negaron a ceder a la Dirección de Patri-

monio para su estudio (NC, 17/12/2009). Algo similar sucede con el caso del Odyssey, aunque sea preciso considerar una escala diferente –nacional en lugar de local. La empresa, que se presenta en su web como especialista en la búsqueda de pecios y en su recuperación, localizó los restos de un navío hundido en el Atlántico y se apropió del contenido que transportaba, que incluía varias toneladas de monedas de oro y plata. La propiedad del tesoro fue reclamada judicialmente por el Estado español, que obtuvo una resolución favorable (sobre la sentencia judicial: EP, 24/12/2009). Lo que interesa destacar aquí es que en noticias como la citada y en otras se insiste en que los restos son “españoles” o bien propiedad “de España” (NC, 24/12/2009). El proceso, en sí mismo, se presenta como la defensa del patrimonio histórico español en un proceso que conlleva la afirmación judicial de un pasado por cuya interpretación pugnan la propia empresa y el Estado español (EP, 23/12/2009; EP, 24/12/2009).

Por otro lado, el patrimonio se encuentra estrechamente relacionado con el turismo y, por lo tanto, con la actividad económica y cultural de cada región. En este sentido, se aprecia una estrecha relación entre la temática **patrimonio** y el contexto de redacción **turismo** y ambos lo están igualmente con la **restauración** de monumentos y la puesta en valor de yacimientos. De hecho, la idea de una “venta” –en el sentido auténticamente económico del término– está presente en muchos casos (EP, 25/10/2009; EM, 27/09/2009, entre otros)⁵. El aprovechamiento turístico de algunos yacimientos o restos materiales del pasado es algo muy común y presente en los periódicos, por ejemplo, en una noticia sobre la construcción de hoteles en Montealegre de Campos (Valladolid), uno de los cuales estaría integrado en una fortaleza medieval (NC, 09/12/2009); la musealización del castillo de Alba de Tormes tras su restauración (LG 03/10/2009) o, de forma más indirecta, en todos los mercados y fiestas locales

relacionadas con la Historia o la Arqueología (DNA, 26/09/2009, por ejemplo). En ocasiones, las labores arqueológicas se presentan casi como un trámite que es necesario finalizar pronto para que pueda comenzar la comercialización y explotación del sitio, como el ejemplo ya mencionado de Montealegre de Campos (NC, 09/12/2009). Algo similar ocurre en el caso de las obras para la construcción de un parking junto a la iglesia de La Antigua (Valladolid) (NC, 24/09/2009; NC, 5/12/2009). Las obras se presentan en parte como un escollo administrativo, pero también como un perjuicio para los intereses de los vecinos y de la constructora. Son menos las ocasiones en que se presenta el valor de un yacimiento en sí mismo como posible incentivo económico, tal y como reclama Sanz Mínguez para Pintia (yacimiento situado entre Padilla de Duero y Pesquera de Duero, Valladolid) en una entrevista publicada en *El Norte de Castilla* (NC, 16/11/2009). Por el contrario, aparecen también noticias que muestran cómo, a veces, una iniciativa particular debe hacer frente a la dejadez de las instituciones ante el abandono del patrimonio. Este mismo diario se hacía eco de la labor de los voluntarios en el mantenimiento del Castillo del Portillo (Portillo, Valladolid) (NC, 08/11/2009). Esta noticia representa un ejemplo claro de cómo el tratamiento de la información puede crear una falsa imagen. Aunque no se deba restar importancia al alto grado de implicación social en el mantenimiento del castillo, la noticia elogia la labor de los voluntarios, pero no denuncia la falta de atención de las instituciones, que son las que deberían impulsar y asumir los costes de este tipo de trabajos.

Las secciones habitualmente denominadas “Cultura”, “Sociedad” e incluso las noticias breves de la contraportada, a las que corresponde un importante número de noticias, recogen artículos en las que lo importante parecen ser los elementos exóticos o llamativos –tal es el caso del hallazgo de un tesoro inglés altome-

dieval (EM, 18/09/2009; NC, 24/12/2009; EP, 2/09/2009) o el hallazgo de una momia ópata (DNA 27/07/2009). El componente mediático de estas noticias es muy importante. En muchas ocasiones se encuentran relacionados con la paleoantropología –como el caso de Ardi (EM, 2/10/2009; EM, 18/12/2009)– o bien con yacimientos que cuentan con fuertes inversiones y grandes campañas de difusión –como Atapuerca (NC, 3/09/2009; NC, 26/11/2009; EP, 25/07/2009). En cuanto a la forma en que se presentan, es interesante señalar que son habituales comentarios como “sería la primera evidencia de...” (DNA, 8/09/2009), “esto demostraría que...” (EM, 22/12/2009), “si los análisis son ciertos sería el primer caso de”... (EP, 17/07/2009). Se trata, por tanto, a la investigación como una simple búsqueda de datos curiosos, mayoritariamente descontextualizados de un estudio o proyecto (aunque no siempre) más amplio y a los que se les atribuye un gran valor. Esta atribución no está meramente relacionada con el carácter científico de los descubrimientos, sino con los intereses económicos que ya se han mencionado.

Las noticias que saltan a las páginas de información nacional o internacional tratan aspectos muy concretos. Los más destacados, en el periodo que analizamos, fueron los relacionados con la Memoria Histórica –33 sobre 456 noticias–, así como los casos del Odyssey (EM, 18/07/2009) y de Iruña-Veleia (EP, 29/11/2009; DNA, 5/09/2009). En el caso de la Memoria Histórica, el tratamiento informativo está muy condicionado por los intereses políticos y por la línea editorial del periódico. Habitualmente, el papel que se atribuye a la Arqueología es secundario y meramente técnico, aunque en casos especialmente relevantes, como el de la búsqueda de la tumba de Federico García Lorca, los éxitos o, en el caso de *El Mundo*, la falta de resultados, pasen a constituir un elemento informativo digno de la sección nacional (EM, 08/10/2009; EM, 17/10/2009; EM, 21/11/2009;

EM, 24/11/2009; EM, 19/12/2009). Todo ello acompañado de reconstrucciones histórico-periodísticas –o más bien sólo lo segundo– (EM, 29/10/2009; EM, 13/12/2009) y de la opinión de “expertos” (EM, 01/11/2009) que ilustran el entramado informativo y de opinión del que se recubren este tipo de noticias. En ocasiones, el desarrollo de técnicas, estrategias o instituciones dedicadas a las tareas de exhumación constituyen el centro de la noticia, aunque el papel de la Arqueología –de la excavación en sí misma– queda habitualmente subordinado al de, por ejemplo, la medicina forense (EM, 26/12/2009).

Casos como el de la búsqueda de los restos de García Lorca sirven para ilustrar un aspecto cualitativo de la transmisión de información en los medios que ya ha sido mencionado: su capacidad para crear *agenda*. Como en el caso del Odyssey, esto sucede a diferentes escalas. La cobertura que *El Norte de Castilla* hizo de cómo se desmontó un puente de ladrillo del siglo XIX que había en Valladolid para habilitar el paso de los trenes de alta velocidad presenta una secuencia que lo refleja muy bien. El periódico comenzó con un artículo en el que trataba sobre las razones por las que se construyó el puente, rodeándolo de un halo de misterio (NC, 09/11/2009). A continuación y de manera más prosaica fue informando sobre el trabajo realizado hasta que estuvo totalmente desmontado (NC, 27/11/2009). El puente de ladrillo se convirtió, durante algunas semanas, en un foco de interés y las obras, en objeto de debate. Casos como estos pueden llevar a preguntas sobre las condiciones de visibilidad de la Arqueología en la prensa. ¿Qué hace que una excavación, una investigación, un yacimiento o un monumento sean noticia? La visita de la Reina a la villa romana de La Olmeda y la cobertura informativa que se le dio antes, después y durante el acontecimiento nos permite formular la presencia y el interés institucional como uno de los factores (EM, 04/11/2009;

EM, 05/11/2009; NC, 04/11/2009; NC, 05/11/2009; DA, 05/11/2009). El hecho en cuestión fue merecedor en *El Norte de Castilla* de un artículo de opinión y de un editorial que muestran que el yacimiento es un medio para potenciar la imagen de la comunidad y un argumento para reclamar mayor atención por parte de las instituciones nacionales (NC, 30/10/2009; NC, 05/11/2009).

Otro de los aspectos valorados en el análisis de los datos fue el tratamiento que se le da a la Arqueología como disciplina. Para ello, se midió el grado de vinculación que los periódicos pudieran establecer con la Ciencia en general o con disciplinas percibidas como científicas. De todas las noticias analizadas, sólo en 26 casos se relaciona la Arqueología directamente con ambos elementos, esto es: un 6% del total de noticias. La Arqueología parece destinada tan sólo al hallazgo de los restos, pero nunca a su interpretación y a su tratamiento “científico”, que llevarían a cabo otras disciplinas. Un caso paradigmático son las noticias sobre restos prehistóricos: lo arqueológico es el objeto o la excavación, pero el resultado final y la interpretación es aportado por otra ciencia, ya sea la genética, la antropología, etc. (DNA, 13/09/2009; EM, 6/09/2009).

Del mismo modo y salvo en raras ocasiones, no se identifica al arqueólogo con el profesional cuya materia no sólo es la excavación, sino el análisis y la conservación del patrimonio. El arqueólogo, cuando realmente aparece, lo hace casi exclusivamente como “excavador” o “buscador de cosas” en la tierra (DNA, 8/09/2009; DNA, 23/10/2009; EM, 4/09/2009). “Cosas”, es decir, objetos y restos materiales, que focalizan la atención, de manera que las noticias sobre cultura material se centran habitualmente en los artefactos. Las noticias que dan cuenta del estudio de un yacimiento completo son mucho más raras, aunque algunos, como el de Pintia, se tratan de forma bastante amplia (NC,

17/10/2009; NC, 06/12/2009) e incluso se destaca la figura del arqueólogo Sanz Mínguez, director de la excavación, en la gestión del yacimiento, la divulgación de los resultados y la reclamación de ayudas para su conservación (NC, 16/11/2009; NC, 18/11/2009). Rara vez se menciona la importancia o relevancia del arqueólogo o de la Arqueología en su análisis, estudio y conservación. Por ejemplo, la recreación del entorno del Castro de Henayo (Dulantzi, Vitoria), proyectada como parte de la rehabilitación del yacimiento, iba a ser llevada a cabo, según la noticia que dio el *Diario de Noticias de Alava*, por una empresa de diseño gráfico. El texto no contenía ninguna mención ni al apoyo arqueológico, ni a las de las excavaciones efectuadas por el equipo investigador, siendo la finalidad última el “tener un exponente más para vender esta villa al exterior” (DNA, 14/10/2009). De nuevo, el componente económico.

A través de las noticias, parece que la Arqueología y el arqueólogo tienen una función y una finalidad clara; excavar y encontrar, pero nada más. Sólo en algunas ocasiones su papel social –aunque subordinado a la estructura burocrática y administrativa (DNA, 03/08/2009), que es la imagen que se da en el caso de las intervenciones de gestión–, se hace explícito en los periódicos. Esto limita mucho las posibilidades de su ciencia y profesión para hacerse un hueco en la estructura socio-política actual, ya que no se concibe al arqueólogo como un investigador analítico y un conservador del patrimonio, sino como un buscador de aquellos objetos exóticos que centran la atención del público. Pero nos habla también de los intereses de la sociedad y de las vías de aproximación a la misma.

El interés por el objeto puede transformarse –y así se hace– en un interés por el pasado que, con una difusión adecuada, puede generar una nueva imagen del arqueólogo y de la Arqueología, así como una demanda de una difusión

más adecuada de nuestra disciplina, y traducirse en nuevos ámbitos y posibilidades de actuación. La propia cultura material parece tener tres dimensiones de interés: económica –como objeto del que extraer beneficio, ya sea a través del turismo o de las actividades culturales–; como elemento divulgativo y curioso; y como vía de acceso al conocimiento del pasado histórico. La última de ellas aparece escasamente representada y lo hace habitualmente adherida a las otras dos. Es necesario, por tanto, potenciarla, sin destruir la necesaria imbricación entre estas tres vertientes.

Algunos casos muestran que es posible conseguirlo a través de un tratamiento mediático adecuado. Un ejemplo claro es la cobertura que se hace de la Catedral de Vitoria, que da una visión positiva y acertada del trabajo arqueológico. En el *Diario de Noticias de Álava*, la Catedral aparece como objeto central del 17% de las noticias. En el conjunto de estas noticias, la Arqueología aparece como una ciencia que logra explicar el objeto material y el arqueólogo como un profesional que participa activamente en el análisis, interpretación, conservación y divulgación del mismo (DNA, 16/10/2009; DNA, 4/11/2009). El contacto con el público y la divulgación constituyen un elemento de especial relevancia. Incluso la metodología y las estrategias de excavación, es decir, el proceso del trabajo arqueológico en sí mismo, aparecen frecuentemente en las informaciones documentadas.

EL ARQUEÓLOGO EN EL CINE Y LA LITERATURA

Para profundizar en la imagen social del arqueólogo, se analizaron doce películas⁶. Se completó esta aproximación a los grandes medios de difusión con un vistazo a la literatura, para lo que se analizaron cuatro novelas publicadas en los últimos dos años que tenían que ver bien con la Arqueología, o bien con un tratamiento novelado del pasado⁷. Al igual que en

el caso de las noticias periodísticas, realizamos el análisis a partir de un cuestionario estandarizado. Las preguntas se centraron, fundamentalmente, en los personajes cuya actividad estaba directamente relacionada con la cultura material y la práctica de la Arqueología –es decir, no sólo aquellos que, como Indiana Jones, se definen como arqueólogos, sino también otros como el coleccionista Donovan (*Indiana Jones y la Última Cruzada*). Se analizaron sus características en tanto que transmisores de una determinada actitud hacia la cultura material. El caso de algunos de ellos, como el mencionado personaje de Indiana Jones, resulta especialmente emblemático, ya que se trata de una figura que ha jugado un papel fundamental en la definición de la imagen cinematográfica y, en último término, social del arqueólogo.

Los personajes son, en general, figuras muy estereotipadas. Sus actividades no se relacionan claramente con la actividad arqueológica tal y como la entendemos en el ámbito de la investigación, aunque algunos de ellos constituyen un reflejo si no fiel, sí aproximado a una realidad, aunque sea pasada. Indiana Jones, por ejemplo, no sólo se dedica a recuperar valiosos objetos, sino que se nos presenta como profesor universitario. La figura del padre Merrin (*El Exorcista*) no está tan lejos de la de aquellos religiosos-arqueólogos que a principios de siglo representaba, por ejemplo, el abate Breuil. Sus destinos suelen ser exóticos, asociados bien a culturas primitivas, bien a ambientes orientales –sin duda Egipto constituye uno de los emplazamientos clásicos⁸. Los restos de una visión romántica, decimonónica, de un excavador que tiene mucho de explorador, es evidente en tramas como la del *El paciente inglés* o en el caso del *Tom Baxter* que aparece en la película *La Rosa Púrpura del Cairo*⁹. Este espíritu que se refleja en la indumentaria habitual de estos arqueólogos, no sólo por sus propias características, sino porque aumenta la distancia que con

respecto a las personas del entorno. La diferencia fundamental viene dada por el origen mayoritariamente occidental de los que se presentan como auténticos arqueólogos, un origen que se refleja en su forma de vestir y de actuar. En el contexto de los yacimientos, el atuendo marca la distancia entre aquél que es el auténtico arqueólogo y aquellos que se limitan a desempeñar tareas puramente físicas –los arqueólogos de *La Momia*, el padre Merrin en *El Exorcista* o Belloq en *Indiana Jones y el Arca perdida* son buenos ejemplos. Fuera de ese ámbito, pero aún en el contexto de los destinos de estos arqueólogos, sus vestimentas acentúan el carácter occidental de los personajes, una intencionada singularidad frente a la gran masa de personajes locales. Hay presente, pues, una idea de subordinación a la autoridad del arqueólogo que conlleva una identificación con el dominio occidental colonial y post-colonial (HALL, 2004: 163). Es muy significativo que ya en 1932, la Momia señalara que “a los egipcios no se nos permite desenterrar a nuestros muertos, sólo a los museos extranjeros” (*La Momia*). Lo es, sobre todo, por el hecho de que dicha expresión aparezca en una cinta rodada en pleno proceso de afianzamiento de la independencia egipcia respecto de Gran Bretaña. Una expresión como “nuestros muertos” conlleva, sobre todo, un componente emocional y, en este contexto, la reivindicación de una idea nacional –frente a los “museos extranjeros”– que de alguna manera enlaza, salvando las distancias, con un caso como el del Odyssey y de una forma más concreta con las reivindicaciones para la devolución de algunas piezas egipcias depositadas en museos europeos, como el famoso busto de Nefertiti (EP, 20/10/2009; DA, 20/10/2009) o la devolución de unos frescos robados a Egipto (EP, 10/10/2009; EP, 20/10/2009).

Para seguir con la caracterización de estos personajes, hay que señalar que habitualmente son hombres y no mujeres, aunque hay algunas ex-

cepciones como, por ejemplo, *Lara Croft*¹⁰. En *El Paciente Inglés* el papel de la mujer es muy interesante por cuanto es una mujer la que realiza el dibujo –y en verdad la aprehensión y su transformación en un elemento significativo en la narrativa– de las pinturas rupestres que se encuentran en la cueva. El protagonismo del personaje-arqueólogo refleja, además, una visión individualista que no se corresponde con la necesidad de trabajo en equipo de la Arqueología real, no sólo en la excavación, sino en la producción de conocimiento a través de un tratamiento adecuado de los restos materiales. Este individualismo se hace posible mediante la reducción del registro arqueológico a un objeto único, es decir, a un exponente máximo de una idea o cultura del pasado que el arqueólogo, gracias a unos amplios conocimientos, puede interpretar como cúspide de la pirámide del conocimiento sobre una determinada sociedad. Una cúspide desde la cual es posible abarcar con la mirada y comprender toda esa sociedad. El hallazgo arqueológico se transforma en un fin en sí mismo. Nunca se nos ofrece, por ejemplo, una visión clara de los yacimientos como tales, salvo en casos como *En busca del Arca Perdida* o de las escenas iniciales de *El exorcista* –aunque representan una realidad arqueológica que en nada se asemeja a la que se practica habitualmente. Es el objeto particular, tangible, lo que interesa. Consecuentemente, el tratamiento de los objetos es, podríamos decir, pseudo-científico, en tanto en cuanto el fin de la investigación no suele coincidir con lo que calificaríamos de científico en términos puramente arqueológicos.

Esta forma de abordar la interpretación arqueológica omite, olvida o incluso destruye¹¹ una de sus dimensiones fundamentales: la diacrónica. El tiempo histórico desaparece en el momento en el que esos restos se convierten en símbolos o representaciones totales de una determinada sociedad. Desaparece en dos sentidos. En primer lugar, en tanto que

representación absoluta de una sociedad, no permite tomar en cuenta los desarrollos internos de ésta y los cambios que hubieran podido producirse en su seno, incluido un cambio en el significado que la sociedad le pudiera conferir al objeto que el arqueólogo recupera. En segundo lugar, porque exige a los restos materiales de la continua reinterpretación a la que se ven expuestos en la labor arqueológica e historiográfica real. En este sentido, los restos arqueológicos son portadores de una sola "verdad". El buen arqueólogo aparece como un traductor que la lee para aquellos que no saben hacerlo. De esa traducción se deriva una apropiación y una actualización del significado del objeto, que suele anular la naturaleza arqueológica del mismo. Su significado se desprende del pasado y se vuelca en el presente a través, por ejemplo, de la religión, aunque también del interés económico. La creencia en el valor esotérico y mítico de los objetos es patente en la superstición que demuestran muchos personajes, como el doctor Müller o Helen Grosvenor (*La Momia*). Para algunos –¡para el mismísimo Hitler!, pero también para Donovan (*Indiana Jones y la Última Cruzada*) o Lara Croft–, el objeto arqueológico tiene valor en tanto que confiere poder¹². Para otros, la cultura material no constituye sino una fuente de ingresos o de satisfacción personal a través del conocimiento de lo oculto –lo es para Lara Croft o Jack Hunter¹³.

El arqueólogo se convierte en mediador necesario para el conocimiento del significado de los objetos, pero a través de una dislocación de su significado. No obstante, esto abre la puerta a una reivindicación: el papel del arqueólogo como intérprete del pasado a través de los restos materiales, pero por lo que son en sí mismos. Las reflexiones sobre su labor son muy escasas, aunque algunas puedan ser interesantes¹⁴. La respuesta del cine a la demanda comercial limita las posibilidades de reflejar auténticamente en qué consiste la Arqueología,

pero la lectura no debe ser exclusivamente negativa, ya que demuestra que existe un campo concreto en el que sería posible incidir para hacer un tratamiento mediático más adecuado de la disciplina. La distorsión es posiblemente mayor cuanto más se centra la trama en la Arqueología misma, mientras que en ocasiones, el tratamiento colateral de temas arqueológicos nos da una visión más adecuada del trabajo arqueológico (posiblemente *El Exorcista* o *El paciente inglés* podría, de nuevo, ser un buen ejemplo). En estos casos, el problema lo representa la posibilidad de que se realice una lectura descontextualizada de las prácticas arqueológicas, es decir, el hecho de que el espectador que ve películas que, por haber sido rodadas o estar ambientadas varias décadas atrás, asuma que la metodología reflejada se corresponde con la actual y que se representa asimismo la finalidad de nuestra práctica arqueológica (HALL, 2004)

Finalmente, si echamos un vistazo a los productores o guionistas, así como a los escritores, ninguno de ellos tiene formación arqueológica¹⁵. Lo que nos lleva a una interesante pregunta, ¿quién divulga la actividad arqueológica y sus resultados? ¿Cómo se hace y con qué intereses? ¿Debe hacerlo el mismo arqueólogo, o deben habilitarse otros cauces?

CONCLUSIÓN. LA IMAGEN SOCIAL DEL ARQUEÓLOGO.

La imagen social de la Arqueología no es un elemento inocente y sin implicaciones en la realidad. La construcción que de la misma elaboran los medios de comunicación, el cine o la literatura, refleja la opinión pública, pero a la vez la condiciona. Por ello, puede tener consecuencias directas, tanto negativas como positivas, sobre el desarrollo de la Arqueología y de la profesión arqueológica.

Existe una cierta polarización entre la idea estereotipada que transmiten el cine y la literatura, en la que el objeto arqueológico y el

arqueólogo constituyen elementos fundamentales en el desarrollo de una trama, y la aparente ausencia cotidiana de los profesionales de la Arqueología. El análisis de prensa muestra que las excavaciones e investigaciones que llevan a cabo los especialistas en esta disciplina son tratadas habitualmente de forma colateral, parcial, o sometida a intereses que mediatizan la labor propiamente arqueológica. El contraste con la imagen cinematográfica puede acentuar la falta de atención que recibe el día a día de la Arqueología, sea de gestión o de investigación, a la vez que hace primar, informativamente, aquellas excavaciones o investigaciones que de alguna manera puedan asemejarse al ideal de la ficción –por ejemplo, un artículo de *El Norte de Castilla* sobre Atapuerca hacía referencia a las técnicas del “C.S.I. de la Edad de Piedra” (NC, 26/11/2009). Todo ello, no obstante, no significa que no exista un auténtico interés entre la opinión pública por los restos materiales. El alto número de noticias sobre Patrimonio nos habla de una preocupación por su conservación y por su uso público y didáctico. Sin embargo, se podría decir que no existe una “necesidad” pública del arqueólogo, ya que no se le asigna un papel claro, o bien su intervención se reduce peligrosamente a la mera búsqueda de objetos.

Es importante ver cómo se canaliza ese interés por los restos materiales. Esto puede tener importantes implicaciones socio-políticas y económicas. La primacía del objeto-yacimiento y su “venta” –la divulgación, pero desde un punto de vista del mercado y el beneficio económico–, condiciona la financiación y las inversiones realizadas en investigación arqueológica. Como ponen de manifiesto casos como el de Atapuerca, la importancia del yacimiento, el grado de inversión y el impacto en los medios de comunicación van siempre de la mano. No se trata de potenciar la imagen de yacimientos concretos con el fin de obtener más financiación para los mismos, sino de reivindi-

car una distribución de recursos acorde con la importancia que el registro arqueológico en su conjunto –y no un registro arqueológico particular– tienen para la sociedad. El ejemplo ya comentado de la visita de la Reina a La Olmeda pone de manifiesto cómo la presencia institucional puede transformarse en una oportunidad única para la divulgación de un determinado yacimiento, como demuestra la repercusión mediática –aunque limitada, fundamentalmente, al ámbito regional– que acompañó al evento. Evidentemente, ello no debe movernos a pensar que estas personalidades llevan bajo el brazo unos planes integrales para un tratamiento del registro arqueológico adecuado¹⁶.

Ya se señaló anteriormente que los medios de comunicación tienen la capacidad no sólo de discriminar las noticias, sino también de crear una “agenda de debate” (CHULIÁ, 2003: 494-495). Una cobertura adecuada no pasa sólo por generar impacto, sino por conseguir que los medios capten y reflejen los problemas reales que plantea la práctica arqueológica, desde la falta de apoyo institucional y financiero hasta la precaria situación de muchos de sus profesionales. Debemos aprovechar las oportunidades que nos ofrecen los propios medios de comunicación de masas para difundir esa Arqueología real. Tenemos que establecer un diálogo permanente y dinámico con la sociedad, en la que participamos activamente, para transmitir todas las posibilidades de conocimiento que la Arqueología ofrece más allá del objeto-valor (FAGAN, 1998). Evitar, por tanto, la singularización del hallazgo, para que ni su valor económico ni su valor mediático, primen sobre su valor histórico. Divulgación, pero no mercantilización; conservación, pero también investigación. ¿Cómo ser efectivos en esta labor?

Una primera reflexión debería ir encaminada a pensar cómo ha de realizarse esa divulgación. El objetivo, como dice Brian Fagan, sería el de “convencer a la gente de que el registro ar-

queológico es importante más allá de su valor como curiosidad o por el valor que ello genera” (FAGAN, 1998: 17). Conseguir, en definitiva, una mejor comprensión del pasado. Para ello es fundamental que reclamemos nuestro espacio en la sociedad, evitando que la Arqueología quede supeditada exclusivamente a fuerzas económicas, sensibles a un tipo de demanda que se corresponde con otros intereses. Debemos reivindicar el papel de la Arqueología y del arqueólogo en el ámbito cultural y educativo (MCMANAMON, 1997: 2), así como en la conservación y gestión del patrimonio como incentivo o posible motor económico. En definitiva, para participar de forma activa en el desarrollo social en todas sus dimensiones.

BIBLIOGRAFÍA

BROWN, D. (2009): *El símbolo perdido*, Barcelona: Planeta.

CARRILLO, J. M. (2009): *El oro del cielo*, Madrid: Martínez Roca.

CHULIÁ, E. (2003): *La opinión pública* en de BLAS GUERRERO, A. et al., (dir.), *Teoría del Estado*, (pp. 473-500). Madrid: UNED.

FAGAN, B. (1998): Perhaps we may hear voices, *Common Ground*, 3(1), 14-17.

GLYNN, C.J. et al. (1999): *Public Opinion*, Boulder, Colorado: Westview Press.

GUNTER, B. (2000): *Media Research Methods: measuring audiences, reactions and impact*, Londres: Sage.

HABERMAS, J. (1981): *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*, Barcelona: Gustavo Gili.

HALL, M.A. (2004): Romancing the Stones: Archaeology in Popular Cinema, *European*

Journal of Archaeology, 7-2, 159-176.

MICHAELS, A. (2010): *La cripta de invierno*, Madrid: Alfaguara.

MCMANAMON, F.P. (1997): Public Archaeology in the 21st century. Building on success, *Common Ground* 2(1), 2.

RUIZ ZAPATERO, G. y MANUEL FERNÁNDEZ, V. (1997): Arqueología: Imagen y proyección social, *Complutum*, 8, 263-264.

SARAMAGO, J. (2008): *El viaje del elefante*, Barcelona: Alfaguara.

SOLOMON, J. (1998): Reel Excavators. Hollywood’s version of archaeologists at work, *Archaeology*, 55(2), 90-91.

VIGIL-ESCALERA GUIRADO, A. (2010): *Formas de parcelario en las aldeas altomedievales del Sur de Madrid: una aproximación arqueológica preliminar* en KIRCHNER, H. (ed.), *Por una arqueología agraria. Perspectivas de investigación sobre espacios de cultivo en las sociedades medievales hispánicas*, (pp. 1-9). Oxford: Archeopress.

NOTES

¹ Los nacionales se eligieron por ser los que contaban con mayor número de lectores. El Norte de Castilla se publica en toda Castilla y León, aunque tiene ediciones provinciales. Consultamos la correspondiente a Valladolid. La elección de los otros tres periódicos siguió criterios de proximidad y accesibilidad.

² “Quantitative content analysis emphasizes a fixed meaning of media texts that can be repeatedly identified by different “reader” using the same analytical framework” (GUNTER, 2000: 82).

³ “Hoy se considera que los medios de comunicación son instituciones mediatizadoras de la realidad, que ejercen su principal influencia a través de la definición del mundo sobre el que piensa y conversa el público [...]. Los principales mecanismos a través de los cuales llevan a cabo la construcción de la realidad son: 1) la fijación del orden del día (*agenda-setting-function*) y del reparto de actores (*cast-setting-function*) [...] 2) la transmisión de “estereotipos” [...] 3) la difusión de léxico (CHULIÁ, 2003: 494-495).

⁴ Patrimonio nos permitió rescatar noticias relacionadas con restos materiales que no tenían que ver directamente con la investigación o la excavación, pero que manifestaban un interés social e institucional por su conservación y como medios de acceso al conocimiento del pasado.

⁵ Aunque no ha sido uno de los elementos de análisis, una buena ilustración de la ambición lucrativa que se encuentra detrás de parte de la labor arqueológica la constituye la expresión con la que la empresa Odyssey describe su actividad: *commercial marine archaeology*. La propia empresa lo define como “the pursuit of deep-ocean archaeological research and exploration as a “for profit” venture”. (<http://www.shipwreck.net/archaeology.php> [Fecha de consulta: 23 de Julio de 2010]).

⁶ Las películas son: *La Momia* (1932), *El Exorcista* (1973), *Westworld* (1973), *Muerte en el Nilo* (1978), *Indiana Jones y el Arca Perdida* (1981), *La Rosa Púrpura del Cairo* (1985), *Indiana Jones y la Última Cruzada* (1989), *Parque Jurásico* (1993), *El Paciente Inglés* (1996), *Titanic* (1997), *Lara Corft: Tomb Raider* (2001), *Jack Hunter y el tesoro perdido de Ugarit* (2008).

⁷ Las novelas que analizamos fueron: *El símbolo perdido*, de Dan Brown; *El viaje del elefante* de José Saramago; *La cripta de invierno* de Anne Michaels; y *El oro del cielo*, de José Miguel Carrillo. Aunque hemos tratado la literatura de forma puramente complementaria y parcial, estos libros ilustran algunas de las cuestiones que se han reconocido en el cine o en los medios de comunicación.

⁸ Un ejemplo en la literatura lo tenemos en *El oro del cielo* de José Miguel Carrillo.

⁹ Este caso es sobre todo interesante la dimensión metanarrativa del personaje, reflejo precisamente de

la imagen habitual de los arqueólogos en el cine.

¹⁰ De todos modos, hay que tener en cuenta que ni Lara Croft es propiamente una arqueóloga, ni el hecho de que sea mujer responde seguramente a una reivindicación de género.

¹¹ A veces literalmente, pues no son pocos los yacimientos o restos materiales reducidos a escombros tras el paso de uno de estos personajes-arqueólogos.

¹² “Lo único que importa es el grial... la búsqueda del Grial no es arqueología, es la lucha contra el mal” (Henry Jones en *Indiana Jones y la Última Cruzada*).

¹³ Por ejemplo, en la novela *El oro del cielo*, en el que un aventurero con formación en Historia del Arte se dedica, según el texto, a conseguir interesantes piezas arqueológicas para clientes especiales.

¹⁴ “La arqueología busca hechos. No la verdad. Si es la verdad lo que les interesa, el profesor... da filosofía en la clase del fondo”. (*Indiana Jones y la Última Cruzada*). “No hemos venido a Egipto en busca de medallas. Se aprende más de los pequeños trozos de cerámica que de los descubrimientos sensacionalistas. Nuestra tarea es mejorar los conocimientos acerca del pasado y no satisfacer nuestra curiosidad” (Sir Joseph en *La momia*).

¹⁵ Lo que no quiere decir que los tratamientos nunca sean apropiados. Existe una gran diferencia entre el discurso “consciente” de Saramago en *El viaje del Elefante*, y el de aquellos que se subordinan a una trama y un estilo atractivo y sencillo.

¹⁶ “La visión que desde las distintas administraciones competentes en Patrimonio Arqueológico se tiene del yacimiento podría llegar a compararse en algunos casos con la descrita por James Scott al respecto de la visión desde el prisma del Estado (1998): reductiva, arbitraria, y en suma, incapaz de reconocer o aceptar la verdadera complejidad de la realidad a administrar” (VIGIL-ESCALERA (2010, p. 8).