

PRESENCIA SOCIAL DE LA ARQUEOLOGÍA Y PERCEPCIÓN PÚBLICA DEL PASADO

Gonzalo Ruiz Zapatero

*A la memoria de mi hermana María del Carmen (Lula)
por toda la luz, bondad y ejemplo que nos dio siempre.*

En un episodio de 1997 de la famosa serie *Los Simpson* el director Skinner anuncia por megafonía que todos los buenos estudiantes serán premiados con una visita a una excavación arqueológica. Se oyen voces de entusiasmo. Pero también, continúa la alocución, todos los malos estudiantes serán castigados con una visita a una excavación arqueológica. Se oyen gritos de desaprobarción. Si la arqueología ha llegado a *Los Simpson* es, sin duda, porque se trata de un tema de amplio reconocimiento social. De alguna manera los *Simpson* hacen existir realmente a la arqueología en el mundo actual. Algo parecido difícilmente hubiera podido suceder en series de dibujos animados de veinte o treinta años atrás. En gran medida, la presencia de la arqueología en los medios de comunicación de masas es lo que otorga relevancia social al estudio material del pasado. El *fenómeno* Stonehenge en el Reino Unido y el *fenómeno* Atapuerca en España constituyen dos buenos ejemplos de cómo, en la actualidad, grandes proyectos y equipos están convencidos de que la comunicación efectiva con el público tiene que hacerse a través de una amplia batería de medios (exposiciones, prensa, videos, libros, TV, etc.), argumentando que son esenciales para divulgar los resultados de la arqueología.

La arqueología ha construido en las últimas décadas puentes cada vez más sólidos con las sociedades en las que actúa (Copeland, 2004; Darwill, 2006; Eriksson, 2011 y Sabloff, 2009) y, especialmente, con el tema de la comunicación a audiencias lo más amplias posibles (Laneri, 2002; Lerner, 2010; Holtorf, 2007b y Pokotylo, 2007). Probablemente, en buena medida, por la conciencia de que trabaja mayoritariamente con financiación pública y en la actualidad, con la crisis económica iniciada en 2008 (Schlanger y Aitchison, 2010), parece

sentirse una presión añadida para justificar lo que hace de cara a la sociedad y destacar cuales son los beneficios que aporta (Little, 2002). Dentro de la creciente concienciación de la importancia de la divulgación arqueológica se está abriendo camino una idea nueva entre los arqueólogos: la necesidad de conocer bien a los distintos públicos (McManamon, 1991; Prior, 1996). Y en ese sentido, quizás somos nosotros los que desconocemos al público más que el público a la arqueología (Hargreaves y Ferguson, 2000). No basta conocer la disciplina y los mecanismos y formatos de divulgación y, más que quejarnos de que “la gente” no conoce la arqueología, deberíamos preocuparnos por conocer las ideas, expectativas, preferencias y deseos de las diferentes audiencias. No para satisfacer servilmente sus opiniones (Kristiansen, 2008) sino para construir potentes mensajes arqueológicos que utilicen y se apoyen en aquellas (McManamon, 2000). Y también debemos conocer los medios de comunicación moderna porque los medios conocen bien el potencial de la arqueología para la narración escrita y visual y son, en gran medida, los que presentan y definen la arqueología para los diferentes públicos. De manera que, como arqueólogos, haríamos bien en estar informados sobre la percepción pública de nuestra propia disciplina; y aún más deberíamos trabajar más activamente para lograr una imagen más efectiva ante la sociedad (Bathurst, 2000-2001).

Por otra parte, el pasado arqueológico está en la vida cotidiana más presente de lo que habitualmente pensamos y un ciudadano se puede encontrar con el pasado a lo largo de un solo día de múltiples formas: en la arquitectura neoclásica de una entidad bancaria, en una cerveza de marca *Celta*, en una exposición sobre *Tesoros Sumergidos de Egipto*, en las revistas del kiosco que dan cuenta del último hallazgo fósil, en el anuncio de un periódico del Museo de la Evolución Humana de Burgos o en el de una entidad bancaria que nos anima a evolucionar con un gráfico tradicional de la evolución humana, en una novela prehistórica como la última de J. Auel, *La tierra de las cuevas pintadas* (2011), en un videojuego que nos desafía a conquistar tierras para el Imperio Romano, en un documental de arqueología sobre Ötzi, el Hombre del Hielo, en un restaurante que ofrece “cenas medievales” o, en fin, en un anuncio televisivo del Metro de Madrid habitado por “cavernícolas” que buscan la estación Prehistoria (Ruiz Zapatero, 2009a). Son pequeños trozos del pasado, muy anecdóticos ciertamente, pero que conforman el imaginario popular sobre el pasado de una forma importante y potente. Y sin duda con más impacto que la arqueología académica.

Pero el pasado es, ciertamente, un *país extraño* (Lowenthal, 1999), no visitable e inaprensible. La arqueología como conocimiento real del pasado es imposible. Nada de lo que hemos hecho generaciones de arqueólogos en todo el mundo y lo que hagan las próximas generaciones cambiará este hecho. No podemos viajar al pasado y no podemos creer que *vivimos* el pasado como lo vivieron las gentes del pasado (Hoffer, 2008: 179). Pero hacer arqueología, estudiar el pasado no es imposible. No podemos reconstruirlo pero sí representarlo. Para ello tenemos que completar el puente desde el presente al pasado. Como señala Hoffer, refiriéndose a la historia, esa es la clave. En una de las últimas escenas de *Indiana Jones y la Última Cruzada*, Indi debe cruzar un abismo para llegar a la cueva donde se guarda el Santo Grial. Para ello tiene que tener fe, y esa fe exige que de un paso sobre el abismo (“el que tiene fe cruzara”); lo hace y encuentra suelo firme, un puente invisible al otro lado (figura 1). Lo que necesitamos para estudiar el pasado es fe en el puente construido con nuestros métodos y teorías. Evidentemente una fe que nada tiene que ver con lo religioso sino con nuestra confianza en la manera de hacer arqueología. Pero hacer arqueología nos enfrenta con la paradoja de una búsqueda de certezas en un mundo –el del pasado– incierto. Es una paradoja que podemos superar con confianza en nuestras habilidades y el reconocimiento de nuestras limitaciones (Hoffer, 2008: 181). Sólo entonces el puente entre el presente y el pasado estará sujetado y pavimentado con seguridad, seguridad en que podemos conocer parte del pasado, contrastar distintas visiones del mismo, y total confianza en que dicha tarea merece la pena.

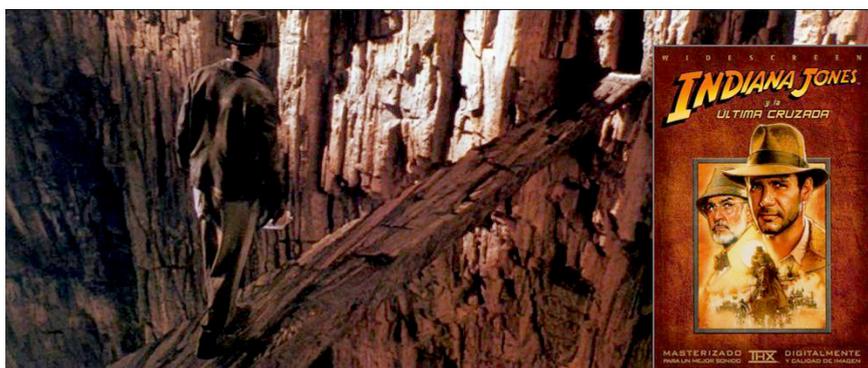


FIGURA 1. “Sólo el que tiene fe pasará”. Fotograma y cartel de la película *Indiana Jones y la última cruzada* (S. Spielberg, 1989).

Ese puente arqueológico al pasado es el que tenemos la obligación de presentar y animar a que lo crucen el mayor número de audiencias posible. ¿Hacemos realmente eso? ¿Es un puente con buenas señalizaciones de las direcciones a las que lleva? ¿Ayudamos a la gente a cruzar el puente? ¿Cómo ve el puente la gente? A estas y otras cuestiones relacionadas trataré de ofrecer respuesta en el presente trabajo. Para ello, en primer lugar, analizaré por un lado, las relaciones entre arqueología y sociedad en las últimas décadas y, por otro lado, los tipos de público. En segundo lugar, realizaré un breve repaso de los principales medios a través de los cuales la arqueología se hace presente en la sociedad contemporánea –exposiciones, museos y yacimientos arqueológicos, libros y revistas, publicidad, medios de comunicación, conferencias y cursos, libros infantiles, novelas “arqueológicas” y cómics, películas, Internet y videojuegos–, señalando solamente algunos datos significativos para comprender dicha presencia y su impacto. En tercer lugar, me ocuparé de examinar los pocos estudios realizados sobre la percepción que las audiencias tienen de la arqueología actual y de destacar la gran importancia que tienen estos estudios para dibujar los contornos de la percepción pública de la arqueología. Este será el punto al que dedicaré más atención, puesto que estoy firmemente convencido de que conocer las percepciones de los distintos públicos es fundamental para la divulgación de la arqueología, lo que equivale a decir fundamental para su futuro como disciplina académica. Y por último, esbozaré algunas perspectivas de futuro en relación con la divulgación social de la arqueología y con la percepción popular del pasado arqueológico. Apuntando algunas líneas y direcciones en las que, en mi opinión, debería moverse la arqueología en los próximos años, sin que en ello exista la más mínima intención, por mi parte, de prescribir nada.

ARQUEOLOGÍA Y SOCIEDAD. LOS PÚBLICOS DE LA ARQUEOLOGÍA

Los arqueólogos somos, de alguna manera, mediadores entre la gente del pasado que estudiamos y la gente del presente y del futuro a la que destinamos los conocimientos históricos que producimos. De esa mediación se deduce que deberíamos tener mucho interés, no solamente por la gente del pasado sino también por la del presente. La realidad de los últimos 150 años no ha sido así, hemos ignorado, en gran medida, a la sociedad porque nos hemos empeñado mucho en dirigirnos a nuestros propios colegas casi en exclusividad.

El conocimiento de las audiencias, de los públicos, exige, en primer lugar, admitir el error común de creer que existe lo que hemos llamado el “público general”. No hay un público general sino que siempre tratamos con distintos públicos, que a su vez tienen diferentes capacidades, distintos intereses y una gran diversidad de posibilidades de acceder al pasado. Una manera de contemplar esa diversidad es el modelo que he propuesto de la imagen metafórica de una pirámide egipcia (figura 2), en la que se distribuyen diferentes categorías de audiencias con diferentes capacidades de valoración del Patrimonio Histórico y Arqueológico (Ruiz Zapatero, 2005a). Aunque no pretendo, en absoluto, reducir todos los posibles públicos a esas categorías es una forma de aproximación plural y caleidoscópica a la realidad de la diversidad de públicos potenciales. El problema básico es que muchos arqueólogos creen que se dirigen a otros colegas en lugar de a una plasticidad de audiencias, todas ellas no-especialistas, y aunque ciertamente los especialistas son una parte de los públicos de la arqueología son, sin duda, el público cuantitativamente más reducido y, por otro lado, el menos necesitado de atracción a la vez que

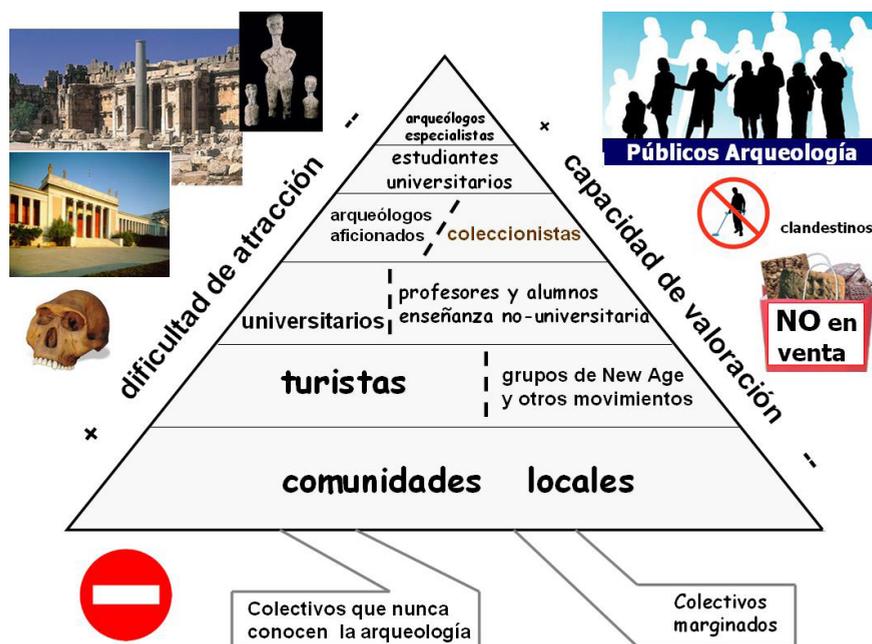


FIGURA 2. Pirámide de públicos de la arqueología (modificado de Ruiz Zapatero, 2005a).

el mejor informado. Por debajo de la cúspide de la pirámide los segmentos de público van siendo más numerosos y también progresivamente a medida que descendemos más difíciles de atraer y cuentan con menos conocimientos previos. Los estudiantes universitarios de historia y arqueología, los arqueólogos aficionados y los coleccionistas (un sector muy respetable pero que puede ser problemático) constituyen cuerpos de la parte alta de la pirámide arqueológica de públicos. Los titulados superiores y el profesorado y alumnado no-universitario son colectivos importantes, el último especialmente caracterizado como una audiencia muy específica. En muchas ocasiones, sencillamente es un público cautivo. La categoría de turistas debería incluir distintos tipos pero genéricamente constituye, dividido en nacionales e internacionales, un *target* muy conspicuo. En algunos países anglosajones los visitantes de ciertos sitios como conjuntos megalíticos en Europa o *kivas* de los indios Pueblo del SO de EE.UU. incluyen un porcentaje nada desdeñable de personas que acuden por sus creencias en la *New Age* y otros movimientos espirituales esotéricos y los arqueólogos empiezan a respetarlos y crear programas especiales dirigidos a ellos. La base de la pirámide son los “grandes ignorados”, las poblaciones locales en las cercanías y entornos de monumentos y yacimientos arqueológicos, que tradicionalmente nunca o apenas han sido tenidos en cuenta. Sin duda, si consideramos la multitud de sitios arqueológicos dispersos, constituyen el público mayoritario y de su consideración ha surgido desde hace algo más de una década la llamada *arqueología de comunidad* (Marshall, 2002) que está teniendo un continuado y significativo crecimiento (Moshenska y Dhanjal, 2011; Simpson y Williams, 2008), sobre todo en el Reino Unido y EE.UU. (Simpson, 2010). Básicamente la *arqueología de comunidad* intenta implicar, de forma directa y con múltiples iniciativas, a las comunidades locales en la protección, investigación y promoción de su patrimonio local (Malloy y Jeppson, 2009). De alguna manera es una *arqueología desde abajo* (Faulkner, 2000).

Todavía en el subsuelo de la pirámide se sitúan unos públicos –en muchos países más bien son *no-públicos*– que se encuentran virtualmente separados o excluidos de la arqueología: por un lado, aquellos colectivos que nunca o casi nunca han conocido la arqueología por diversas razones (por ejemplo invidentes y discapacitados infantiles), y por otro lado, colectivos marginados como enfermos terminales o población reclusa. Pero ciertamente son también públicos y se han iniciado con ellos, en algunos países, programas y experiencias muy valiosos.

El reconocimiento de la pluralidad de públicos es absolutamente esencial para una divulgación eficaz. Aunque es cierto que en ciencia es muy reciente la exploración de las “comprensiones científicas de los públicos” por parte de los científicos, contamos ya con algunas aportaciones verdaderamente deslumbrantes (Nieto-Galan, 2011). Eso exige superar la fórmula dominante de la “comunicación de una única dirección” y se tiende a buscar fórmulas más complejas que supongan la implicación de las audiencias a través de la diversidad, la flexibilidad y la activación de distintos niveles divulgativos (Davies, 2008). En definitiva, como bien dice Nieto-Galan (2011: 315), la divulgación científica no debe ser considerada “como una actividad periférica o marginal respecto al conocimiento científico, no como algo inferior, sino como una función más, plenamente integrada en todos los niveles en la práctica científica cotidiana, ubicada en primera línea de la batalla por la hegemonía, la autoridad y el poder”.

Considerar la diversidad de públicos, estudiar sus ideas, creencias y conocimientos, es considerar mejor la arqueología, es pensar en los destinatarios del conocimiento que producimos, es comprobar que las líneas que separan a expertos de profanos son difusas y, en definitiva, es repensar el sentido de lo que supone estudiar el pasado. Las distintas audiencias nos deben enriquecer con sus percepciones e inquietudes porque nos ayudan a conformar los cauces para hacer una arqueología que interese, llegue y sea útil a todos los ciudadanos. Y sobre todo, para divulgar el pasado debemos tener muy presente que todos los arqueólogos podemos aprender mucho de todos nuestros públicos. Además, con esta nueva actitud, podemos dignificar a todos los públicos de la arqueología sin distinciones (Nieto-Galan, 2011: 317).

LA PRESENCIA DE LA ARQUEOLOGÍA EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

La arqueología, en versiones académicas, divulgativas, esotéricas y fantasiosas llega a través de múltiples canales a muchas audiencias en las sociedades contemporáneas occidentales. Son auténticos fregonazos audiovisuales, visuales, sonoros y textuales, de muy diferente valor, pero que alcanzan a mucha gente. Aquí sólo pretendo comentar muy por encima algunos de los medios por los que la arqueología configura el imaginario popular y colectivo en el mundo actual.

Las exposiciones, sobre todo las de gran efecto y publicidad, en museos, centros e instituciones culturales tienen un gran impacto. Exposiciones muy académicas y de temas relativamente especializados logran cifras de algunos

cientos de miles de visitantes pero las de “temas-gancho” como las de Egiptología no sólo logran visitas astronómicas sino que llegan a cobrar por ver simples reproducciones y escuchar a “arqueólogos mediáticos”, como el caso reciente “Tutankhamon: la tumba y sus tesoros” (Comunidad de Madrid, 2010) y la multitudinaria conferencia de Zahi Hawass en el Palacio de Exposiciones de la capital de España. Se paga por ver una tumba de cartón piedra y unos “tesoros” que simplemente son unas buenas reproducciones y por escuchar la conferencia, es una especie de *arqueología espectáculo*. Resulta de buen tono decir que se ha ido a exposiciones aunque no se vean auténticas piezas arqueológicas. Son exposiciones con una clara finalidad mercantil, más que cultural. Como alguna exposición anterior, también en Madrid, sobre los guerreros de Xi’an (Fundación Canal de Isabel II, 2004) que presentaba diez de las célebres esculturas chinas completamente divorciadas de su contexto arqueológico y cultural. Con buenas operaciones de marketing se pueden conseguir importantes éxitos de público. En nuestro país los museos arqueológicos más prestigiosos ofrecen buenas exposiciones, tanto traídas de fuera como producciones propias, pero a veces la impresión es que están excesivamente dirigidas a públicos cultos y no se intenta –al menos no suficientemente– utilizar medios atractivos para los públicos menos proclives a visitar exposiciones. Me refiero a la posibilidad de recurrir a ideas heterodoxas, con larga tradición en otros países europeos, como figuras bien conocidas popularmente del cine o de los cómics. Y así *Astérix y Obélix* han sido la excusa para exposiciones sobre los galos o los celtas en museos belgas, franceses, holandeses, suizos, etc... con gran éxito, como también lo han sido los héroes prehistóricos de papel *Rahan*, *Tounga* y *Toumac* en Francia (<http://www.skene.be/RW/EXPO/ImagesPrehistoire>). ¿Para cuándo la primera semejante en un museo español?

Aquí ha habido una larga espera para que Indiana Jones sirva de gancho a una exposición, la del Museu d’Arqueologia de Catalunya en Barcelona (Orovió, 2011), celebrando los treinta años del estreno de la película *En busca del arca perdida* de Spielberg que inauguró la famosa saga. El referente moderno lúdico puede servir, con un poco de inteligencia y habilidad, para interesar a la gente en el pasado histórico. El rigor y seriedad en temas arqueológicos no debe estar reñido con la amenidad para presentarlos.

Los museos, yacimientos arqueológicos visitables o presentados al público con centros de interpretación (Hernández, 2010; Timoney, 2009) constituyen una de las formas más directas, eficaces e impactantes de divulgar el pasado

(Merriman, 1999; Masriera, 2007; Mansilla, 2004; Moser, 1998; Santacana y Hernández, 2006; Wood y Cotton, 1999). Los problemas que arrastran muchos de los museos arqueológicos –presentaciones de objetos descontextualizados, mero atractivo visual con pocos mensajes claros y pobre museografía (Lull, 2007: 364-66 y Ruiz Zapatero, 2009b: 27 ss.)–, hacen que las cifras de visitantes en nuestro país no sean muy elevadas (figura 3) y, además, habría que recordar que buena parte de su número de visitante es *público cautivo* (por ejemplo los escolares llevados obligatoriamente). Con todo disponemos de pocos estudios de visitantes de museos arqueológicos (Alcalde, 1995; García Blanco *et al.*, 1999; Pérez Santos, 2000) y desde luego no contamos con una radiografía detallada de sus visitantes. Por otro lado, no tenemos muchos yacimientos bien presentados al público, aunque cuando la oferta es buena consiguen atraer a decenas de miles de visitantes al año: Atapuerca, Numancia, Emérita y Tarraco, las cuevas con arte paleolítico de la región cantábrica y muchos otros sitios arqueológicos (<http://www.arqueoturismo.net/>). Y ver y “tocar” los restos arqueológicos *in situ* siempre constituye un estímulo atractivo para todos los públicos (Ruiz Zapatero, 1998). Las visitas guiadas cada vez tienen más demanda así como cualquier actividad participativa. Un caso



FIGURA 3. El miedo a los museos arqueológicos (Viñeta de El Roto, modificada).

especial es la de las visitas a excavaciones en desarrollo, desde la bienvenida rotunda de hace años (Binks *et al.*, 1988) no ha habido mucho interés en publicar experiencias y estrategias (Moshenska, 2009b) y en nuestro caso no conozco ningún estudio ambicioso en esta dirección. Por otra parte, hay un peligro continuo: debemos combatir la pura mercantilización de los sitios arqueológicos (Rowan y Baram, 2004) y el mero consumismo patrimonial (Ruiz Zapatero, 2009a).

Los libros de divulgación arqueológica ofrecen un panorama bastante triste: pocos buenos realizados por profesionales y algunos más –no muchos ciertamente– muy mediocres escritos por aficionados de muy distinta naturaleza. La visita a cualquier librería no deja lugar a dudas y la ausencia de *best sellers* (salvo el caso del fenómeno Atapuerca) confirma la atonía de este tipo de publicaciones. No existe ni una serie que merezca tal nombre dedicada a la arqueología, ya que las pocas existentes (Ariel, Akal, Crítica y Síntesis) son más bien universitarias.

Las revistas de divulgación histórica, presentes en muchos quioscos y puntos de prensa, incluyen eventualmente artículos de arqueología. A las pioneras *Historia 16* e *Historia y Vida* han ido siguiendo otras como *La Aventura de la Historia*, *Clio*, *National Geographic Historia*, *Historia de Iberia Vieja*, *Muy Historia*, *Memoria*, *BBC Historia* y otras de ámbito autonómico como las catalanas *Sàpiens* y *L'Avenç*, la andaluza *Andalucía en la Historia* y la madrileña *Madrid Histórico*. En conjunto estas revistas han realizado una verdadera “revolución silenciosa” (Casals y Casals, 2004) sobre todo si tenemos en cuenta que, en conjunto, tiran más de 350.000 ejemplares y que pueden llegar a tener más de un millón de lectores potenciales cada mes (Ruiz Zapatero, 2009b: 20). Presentan, en principio, un potencial alto para difundir cuestiones arqueológicas, aunque los trabajos de arqueología no son muy numerosos. A esas revistas habría que sumar las pocas revistas estrictamente de arqueología como *Revista de Arqueología*, bastante venida a menos, y que cuenta con un estudio pionero (Mansilla, 2001) que amplía una experiencia americana (Gero y Root, 1996), y *Arqueo*. Sólo muy recientemente estamos empezando a analizar sus contenidos y difusión real así como el valor de las revistas esotéricas que publican pseudoarqueología (Domínguez-Solera, 2009). En estas revistas, con tiradas nada desdeñables, la *fringe archaeology* repite continuamente una temática limitada: la Atlántida, extraterrestres, Egiptología, Arqueoastronomía, antiguas religiones, grafismos misteriosos y arte (Fagan, 2006).

La arqueología en libros infantiles y juveniles constituye un fenómeno reciente en nuestro país, comparado con otros (Galanidou y Dommasnes, 2007). Al lado de una mayoría de traducciones de originales franceses y británicos se van publicando algunos títulos propios que configuran un apreciable elenco de obras en editoriales comerciales (un balance reciente en Ruiz Zapatero, 2010b: 168-175). Por otra parte las propias instituciones arqueológicas y los profesionales van ocupándose del tema; así el INRAP francés acaba de editar *La Arqueología a tu alcance* (De Filippo y Garrigues, 2009) una excelente obra para niños que explica bien y desde una perspectiva profesional la arqueología. Por su parte J. Clottes (2008), el gran especialista francés en arte paleolítico, ha escrito un delicioso texto para explicar la Prehistoria a los jóvenes aprovechando la experiencia con sus nietos, y en España J. L. Arsuaga (2008) con *Mi primer libro de Prehistoria* acaba de publicar algo parecido, que se suma a algún libro anterior como *Entre homínidos y elefantes. Un paseo por la remota Edad de Piedra* (Querol y Castillo, 2003).

El pasado arqueológico en ficción literaria cuenta con una buena tradición en Francia (Zamaron, 2007), el Reino Unido (http://www.trussel.com/f_prehis.htm) y EE.UU. (Gressens, 2005). Una pequeña parte se ha traducido al castellano, especialmente la referida a la Prehistoria (Fernández Martínez, 1991) y a la arqueología clásica: magníficos los ensayos de R. Olmos sobre diversos contextos de la Antigüedad publicados a principios de los años 1990 en *Revista de Arqueología*.

Los cómics merecen una atención especial, por la gran capacidad de atracción para niños y jóvenes –también para adultos–, cuentan con una creciente importancia en Prehistoria y Arqueología (Gallay, 2002; Ruiz Zapatero, 1997 y 2005b) y ofrecen muchas posibilidades didácticas. Los propios arqueólogos empiezan a interesarse seriamente e incluso se ha publicado un manual de introducción a la arqueología ¡todo en viñetas! (Loubser, 2003). Y ahora que se estrena la película de Spielberg sobre las aventuras de Tintin resulta oportuno reseñar el curioso e interesante libro *Hergé archéologue* (Crubézy y Senégas, 2011) que explora el trasfondo arqueológico real detrás de las historias del famoso reportero. Entre nosotros se ha iniciado la producción de historietas ambientadas en la Prehistoria como *Explorador en la Sierra de Atapuerca* (Fundación Atapuerca, 2004) inspirado en los hallazgos de *Homo antecessor* en Atapuerca y *El Poble de l'Estany* (Ayuntamiento de Banyoles, 2006), una interesante aventura ambientada en el Neolítico de Cataluña.

La arqueología en la publicidad comercial ha ido creciendo a lo largo del tiempo (Schnitzler y Schnitzler, 2006). La publicidad aprovecha las ideas populares ligadas al pasado para vender los productos que propone. En mayor o menor medida es algo que se ha hecho desde la propia configuración de la Prehistoria y la Arqueología como disciplinas, aunque en las últimas décadas es cuando ha experimentado un crecimiento mayor. Los iconos arqueológicos –sean megalitos, celtas, personajes del Egipto faraónico, esculturas griegas o romanas, templos, armas o la iconografía de la evolución humana– ayudan a reforzar conceptos como belleza, elegancia, antigüedad, fortaleza, originalidad o clasicismo aplicados a los productos comerciales que se publicitan. Nos falta en España un estudio pionero de esta clase que revelaría aspectos muy sutiles de la percepción popular de la arqueología, pero puede verse algo interesante en algún blog (<http://www.historiayarqueologia.com/profile/JaimeAlmansaSanchez>).

Conferencias y cursos dirigidos a la divulgación arqueológica son algunos de los medios más tradicionales, sobre todo las conferencias, quizás llegando a un público reducido pero de forma eficaz. Lamentablemente el género de la conferencia está en franca decadencia y resulta cada vez más difícil conseguir audiencias de cierta importancia, además los centros académicos suelen ofrecer un cierto rechazo a varios públicos (figura 4). Alternativas populares, llevando a la gente paseando por los propios restos arqueológicos, impartiendo charlas en plazas de pueblos con grandes pantallas al atardecer, o las *universidades de mayores* o *de la experiencia* pueden ser fórmulas interesantes que no hagan perder el poder de la palabra, de la comunicación verbal directa, que siempre será un valor. Las nuevas tecnologías de la información no deben anular la fuerza del discurso hablado; desgraciadamente a veces el medio es todo o casi todo y adquieren todo sentido las palabras de un sabio jefe de bedeles en una vieja universidad cuando le preguntaba al conferenciante invitado: “¿le enchufa el *power-point* o va Vd. a decir algo interesante?”.

Un mundo complejo y emergente lo constituyen los video-juegos que incluyen marcos temáticos del pasado, real o ucrónico, y que por su carácter fundamentalmente lúdico se excluyen de cualquier intento formativo o didáctico aunque en la práctica transmitan visiones y *falsos-conocimientos* que pasan a formar parte del imaginario del pasado (Watrall, 2002). Aunque yo también creo que la mezcla de realidad y fantasía en los juegos de rol no es del todo rechazable (Sevillano y Soto, 2011).



FIGURA 4. La conferencia de arqueología (Viñetas de la Familia Ulises de Benezam, en TBO, años 1960).

La arqueología en la prensa, la radio, el cine y la televisión la he analizado en otros lugares (Ruiz Zapatero, 1996, 2007 y 2009b: 19-22; Ruiz Zapatero y Mansilla, 1999) y cuenta con cierta cobertura en las principales tradiciones arqueológicas, especialmente la televisión y el cine (Clack y Britain, 2007; Hutira, 2010; Kulik, 2006; Paynton, 2002; Schmidt, 2002; Van Dyke, 2006). Tampoco falta el interés hacia la *fringe archaeology* con estudios interesantes (Fagan, 2006 y Lovata, 2007), o sobre la imagen que proyectan los medios de la figura del arqueólogo (Holtorf, 2007c). La arqueología en televisión tiene, en nuestro país, un paupérrimo desarrollo, en el que apenas cabe citar la serie de TVE *Memoria de España* (2004-2005) con una lamentable puesta en escena en los capítulos de Prehistoria y Antigüedad, el programa catalán *Sota*

Terra de TV3 (2010) (<http://www.tv3.cat/sotaterra>), una versión del famoso *Time Team* británico con mejores intenciones que resultados, y la serie *Hispania* de Antena 3 (2010) (<http://www.antena3.com/series/hispania/>) que, a pesar de su mala ambientación arqueológica, ha tenido bastante éxito con las aventuras de Viriato –más de 4,6 millones de seguidores como media– y ha iniciado su segunda temporada. Y sólo hemos empezado a chequear la arqueología en la prensa (Almansa y del Mazo, en prensa; Meneses Fernández, 2004), que como han demostrado otros estudios nos debería interesar más por la imagen social que proyecta de la disciplina (Khun, 2002).

Finalmente, Internet es un nuevo mundo que acoge todo tipo de información y consecuentemente la arqueología crece continuamente con contenidos maravillosos al lado de otros deplorables: la Red es posible de lo mejor y de lo peor. Mucha arqueología está ya en Internet, mucha más lo estará en muy poco tiempo y cada vez más los distintos públicos acudirán a buscar información en la Red. Internet es ya la gran fuente de conocimiento arqueológico popular y cabe preguntarse si no se convertirá en un nuevo registro arqueológico. En muchos aspectos ha desplazado ya, como veremos más adelante en las encuestas, a otros medios tradicionales y es, junto al cine, el medio más demandado en las sociedades avanzadas del siglo XXI.

LOS ESTUDIOS DE PERCEPCIÓN POPULAR DE LA ARQUEOLOGÍA

El estudio de las percepciones que los distintos públicos tienen de la arqueología no ha formado parte, tradicionalmente, de las agendas investigadoras de los arqueólogos, más allá de simplificaciones y afirmaciones tópicas o al menos muy superficiales (Prior, 1996; Schmidt, 2002). El interés por las percepciones populares de la arqueología forma parte de los nuevos intereses ligados a la ampliación y consolidación de la CRM, *Cultural Resource Management* (King, 2005; Lynne y Lipe, 2010), algo así como la Gestión del Patrimonio Cultural en España aunque con matices diferentes (Querol, 2010), y de la *Public Archaeology* en el ámbito anglosajón (Reino Unido, EE.UU. y Australia) a lo largo de las dos últimas décadas (Darwill, 2006; Holtorf, 2007a; Matsuda, 2004; Merriman, 2004; Moshenska, 2009a). Incluso se defiende, muy convincentemente, que la *Public Archaeology* consituye una obligación moral de todos los profesionales de la Arqueología (McManamon, 1998), aunque sólo muy recientemente se puedan hacer balances de trayectorias profesionales dentro de la Arqueología Pública como una carrera específica

dentro de la disciplina (Saunders, 2011). Lo que sin duda, unido a la introducción de la materia en la universidad –pionera fue la UCL (University College London) bajo la dirección de P. Ucko–, la aparición de una revista específica *Public Archaeology* (2000) y el fuerte crecimiento de trabajos en revistas y sesiones en congresos del último decenio, ha supuesto la mayoría de edad de la especialidad. Pero el estudio de la percepción popular de la arqueología es mucho más reciente en nuestro país (Almansa, 2006 y 2011) y otros países europeos; y prácticamente inexistente en la mayor parte del resto del mundo (pero véase Katsamudanga, 2009).

Se trata de un tipo de estudios que se encuentran en una fase pionera, incluso en el mundo anglosajón como veremos a continuación. Con dos grandes problemas: primero, el escasísimo número de investigaciones realizadas y segundo, el desigual valor de las muestras que han empleado esos pocos trabajos. A todo ello habría que añadir la manera de realizar las preguntas o los formularios con preguntas cerradas que sesgan, sin duda alguna, las respuestas y, en consecuencia, relativizan el valor de las comparaciones entre las percepciones de distintos países. Eso significa sencillamente que conocemos relativamente mal cuáles son las opiniones, los imaginarios y las actitudes de las diferentes audiencias sobre nuestra disciplina. Con todo, aquí intento ofrecer un resumen crítico de los resultados disponibles, por más que debemos ser muy cautelosos a la hora de sacar algunas conclusiones generales. Pero en algún momento hay que hacerlo aunque sólo sea para llamar la atención sobre las dificultades existentes y la necesidad de más y mejores estudios en el futuro próximo.

Existen otras vías, por supuesto, para explorar la percepción popular sobre la arqueología como demuestran el interesante estudio de Nichols (2004) a partir de los documentales arqueológicos emitidos en la televisión australiana y el análisis de la arqueología televisiva británica (Kulik, 2006; Paynton, 2002), acaso la más importante del mundo, pero por ahora parecen vías apenas esbozadas.

Para empezar, merece la pena considerar algunos de los resultados más significativos de dos grandes encuestas en América y Europa. Sin duda, la encuesta de opinión más amplia que tenemos es el famoso *Informe Harris* (Ramos y Duganne, 2000) realizado, con un amplio muestreo, en EE.UU. y que constituye hasta ahora el estudio más sólido y representativo. El *Informe Harris* revela que el 60% de los estadounidenses cree en el valor de la arqueología en la investigación y la educación, el 64% piensa que no se deberían

sacar piezas arqueológicas sin autorización de los países implicados, el 80% opina que se deben conceder subvenciones públicas para la protección de yacimientos arqueológicos, mientras que el 86% considera que se deben dedicar fondos públicos para preservar sitios de valor histórico y arqueológico. Por último, el 96% piensa que deben existir legislaciones específicas para la protección de restos arqueológicos. Sobre la importancia de la arqueología en la sociedad contemporánea los estadounidenses la califican bastante bien con una media de 7,3 sobre 10. En cuanto al interés demostrado se puede destacar que el 88% han visitado museos, el 37% han visitado sitios arqueológicos y un 11% ha participado en actos y eventos relacionados con la arqueología. Estos son sólo algunos de los resultados más interesantes del informe y teniendo en cuenta el conjunto de la encuesta, se puede afirmar que existe en EE.UU. una buena percepción del valor de la arqueología y de los restos arqueológicos como documentos históricos (figura 5). Aunque también convendría reflexionar si los porcentajes señalados son todo lo buenos que deberíamos esperar o si, por el contrario, se debería trabajar para conseguir unas valoraciones más amplias y positivas. Y también se deberá trabajar para caracterizar mejor las diferencias de opinión según los niveles de estudio, porque así se podrán planificar actuaciones más eficaces en las presentaciones a los distintos públicos o audiencias.

Otra encuesta reciente y muy amplia es la encargada por el INRAP al Instituto Ipsos (2010) para explorar la percepción de la arqueología en Francia (De Sars y Cambe, 2011). Los franceses opinan mayoritariamente que la investigación arqueológica es bastante útil (62%) o muy útil (24%) lo que significa que ocho de cada diez franceses cree que la arqueología es una actividad de utilidad pública. Los interesados estrictamente en la arqueología son uno de cada cinco, que ascienden a dos de cada cinco si consideramos la historia y la arqueología de forma conjunta. Datos que resultan francamente alentadores (figura 5). Además tienen un gran interés por las excavaciones y hallazgos de sus regiones, visitando yacimientos y asistiendo a jornadas de “puertas abiertas”. Un 15% ha visitado al menos un sitio arqueológico en el último año y existe un vivo interés por la presentación de los vestigios *in situ*. Puede afirmarse que la gente considera a los restos arqueológicos como “su pasado” y que éstos ayudan a situar a cada ciudadano en un territorio y su historia. El interés y conocimiento arqueológico es parecido en ámbitos urbanos y áreas rurales y atraviesa a los diversos segmentos de edad y los dos sexos; en ese

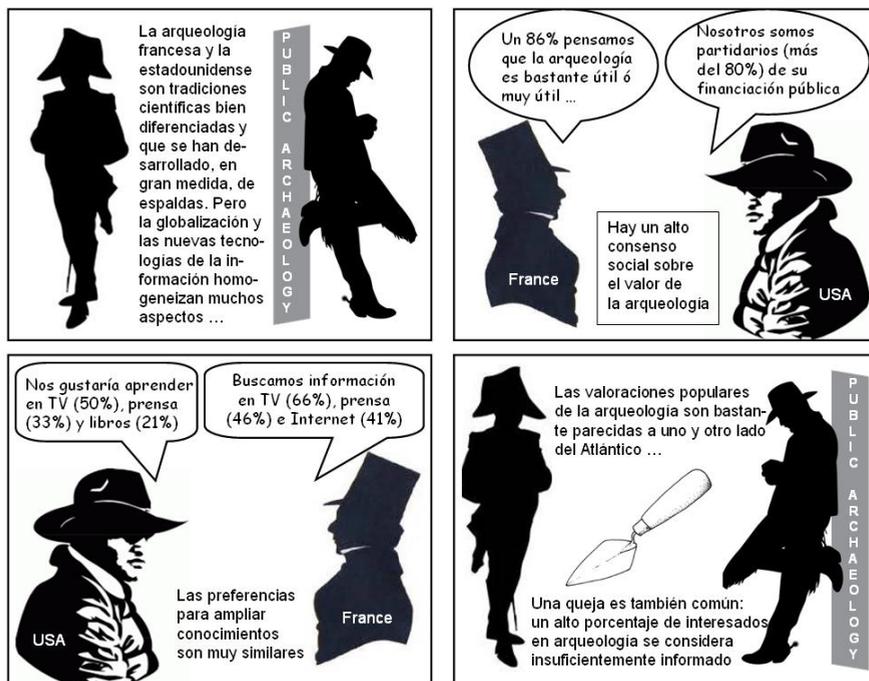


FIGURA 5. Las percepciones populares sobre la arqueología en las grandes encuestas de Francia y EE.UU. (datos según De Sars y Cambe, 2011 y Ramos y Duganne, 2000).

sentido la *mediación* arqueológica es así un importante medio de “democratización cultural” en la Francia contemporánea.

Pero sobre todo, sería muy importante poder contar con encuestas tan amplias como la norteamericana o la francesa en muchos países y desde luego en el nuestro. Creo firmemente que lo que piensa la ciudadanía de un país sobre su arqueología es una base fundamental para orientar el conjunto de actuaciones y programas arqueológicos en todos los niveles: organizativo, financiero, legislativo, investigador y divulgador. Un proyecto nacional de investigación, coordinado por Comunidades Autónomas, sobre este aspecto sería importantísimo en España para esbozar sensibilidades y conocer las actitudes generales y las particularidades y peculiaridades –que seguro existen– en cada Comunidad Autónoma.

La exploración de percepción pública de la arqueología, como ya he señalado, constituye un hecho reciente que apenas sobrepasa la última década y además los estudios son escasos y con muestreos bastante limitados. La in-

formación más relevante, además de la estadounidense (Ramos y Duganne, 2000) y la francesa (De Sars y Cambe, 2011) ya comentadas, corresponde a Australia y Canadá, dos tradiciones arqueológicas punteras a nivel mundial. Me quiero centrar en tres cuestiones bien analizadas en los estudios sobre estos dos países (Balme y Wilson, 2004; Pokotylo, 2002, 2007 y Pokotylo y Guppy, 1999) y en el único trabajo pionero en España (Almansa, 2006): primero, la relevancia o importancia que se le concede a la arqueología en el mundo contemporáneo, segundo, las actividades y objetivos que se le atribuyen o asocian, y en tercer lugar, las fuentes y medios de información que emplea la gente y/o le gustaría tener a su disposición para informarse y aprender arqueología y, en consecuencia, el grado de información que las audiencias no-especializadas consideran que tienen.

Sobre la primera cuestión, la relevancia de la arqueología a nivel popular (figura 6), aún admitiendo el valor muy relativo de las encuestas por las muestras limitadas y el sesgo que introduce la presentación de respuestas cerradas, la valoración global es bastante buena –siguiendo la tónica que ya hemos visto para franceses y norteamericanos– si tenemos en cuenta que los canadienses piensan, en algo más del 89%, que la arqueología es relevante para la vida moderna (más del 61% la juzga muy o bastante relevante), mientras que entre los australianos los valores son algo más moderados. Para el 57% es relevante con distintos matices aunque para el 30% es poco relevante y además un 10% no sabe/no contesta. Con estos resultados parece claro que

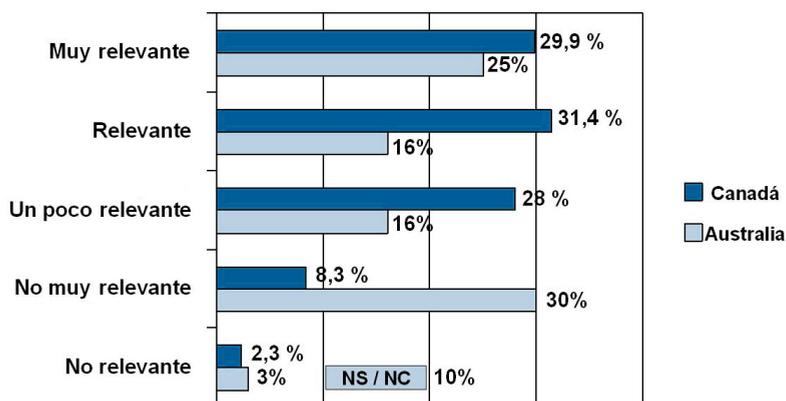


FIGURA 6. Valoración del grado de relevancia de la arqueología entre canadienses y australianos (datos a partir de Pokotylo y Guppy, 1999 y Balme y Wilson, 2004).

se reconoce, con mayor o menor intensidad, el valor de la arqueología en las sociedades desarrolladas contemporáneas y además la arqueología interesa de forma especial a porcentajes muy estimables de las distintas sociedades: un 19% de franceses – que va hasta el 43% si unimos arqueología e historia (De Sars y Cambe, 2011), y se eleva a un 67% de australianos (Balme y Wilson, 2004); valores no muy alejados se pueden manejar para los otros países con información disponible (Pokotylo y Guppy, 1999). La arqueología llama la atención y despierta tanto o más interés que disciplinas como la filosofía, la astronomía o la sociología, básicamente porque permite aprender del pasado para abordar el futuro y porque la arqueología nos ayuda a comprender el mundo en que vivimos. Sin duda creo que el público se interesa más por la arqueología que los arqueólogos por los distintos públicos.

La segunda cuestión gira en torno a las actividades y objetivos de la arqueología o, dicho en otras palabras, qué es lo que hacen los arqueólogos. La percepción que tiene la gente dibuja contornos relativamente parecidos en las distintas encuestas nacionales. Así en América los estadounidenses asocian arqueología con excavación (22%), porcentaje que iría hasta un 50% si añadimos excavar artefactos antiguos, huesos o restos de culturas y civilizaciones antiguas; a ello hay que añadir un 12% que la relaciona con la historia y el patrimonio (Ramos y Duganne, 2000). Otras respuestas tienen valores bajos y sólo resulta preocupante un 10% que piensa que los arqueólogos también excavan dinosaurios, una confusión con la paleontología que sigue presente en todas las percepciones populares. De todas formas un estudio pionero de Feder (1984) detectaba muchos más errores y distorsiones, incluso entre estudiantes universitarios. Hoy parece que en EE.UU. la mayoría de la población percibe bien que los arqueólogos se dedican al estudio de las civilizaciones desaparecidas. En Australia, también la excavación constituye la primera caracterización de la arqueología (37%), y si añadimos un 26% que declara la investigación del pasado y un 7% con un ambiguo “investigar” llegamos a la conclusión de que tres de cada cuatro australianos identifica más o menos correctamente las tareas de los arqueólogos (Balme y Wilson, 2004: 20-21). El resto se reparte entre un preocupante y sorprendente 23% que reduce la arqueología a la búsqueda de dinosaurios y un 3% de “románticos-fantásticos” (figura 7) que la vincula a una actividad aventurera bien ejemplificada en las películas de *Indiana Jones* (Bathurst, 2000-2001; Gresh y Weinberg, 2008), figura que como otros arqueólogos *heroicos* ha sido rigurosamente analizada (Zarmati, 1995) y goza de mayor popularidad que *Lara Croft* (Zorpidu, 2004).

Bastante sorprendente y curiosa, al menos desde la perspectiva española, resulta la visión desde Canadá de lo que la gente relaciona con la arqueología a nivel mundial (Pokotylo y Guppy, 1999). Para un 40% se relaciona, de forma correcta, con investigar el pasado material y conservar el patrimonio. Pero luego es llamativo el alto porcentaje de respuestas que se centran en aspectos sociales y políticos de la práctica arqueológica, con casi los mismos valores alrededor de un 15%, como la religión y la política, la repatriación de propiedades culturales –sin duda al calor de las protestas realizadas por los gobiernos de Grecia y Egipto en las últimas dos décadas– y la reclamación y derechos sobre tierras de las poblaciones indígenas. No muy lejos y en la misma órbita de preocupaciones se encuentran el vandalismo, el saqueo y el comercio de antigüedades (13%) y las cuestiones relacionadas con el desarrollo del suelo (10,8%). Con esta importancia de la dimensión socio-política de la arqueología entre los canadienses no resultan sorprendentes las escasas referencias a otros temas como la Arqueología Bíblica, la Paleontología, el turismo y patrimonio, educación y algún otro, que aparecen muy marginalmente.

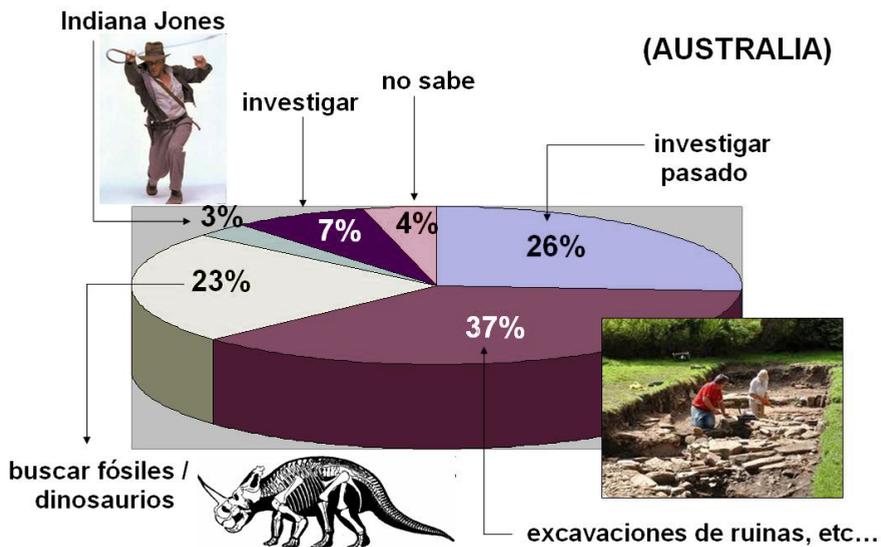


FIGURA 7. ¿Qué tipo de trabajo hace un arqueólogo? Percepciones populares del trabajo de los arqueólogos en Australia (datos según Balme y Wilson, 2004).

En España, si al estudio muy limitado de Almansa (2006), con una muestra pequeña y no aleatoria centrada en Madrid, le concedemos un cierto valor generalizador podríamos aventurar que se relaciona arqueología, de forma correcta aunque imprecisa, con evolución humana (quizás en buena medida resultado del efecto sociológico del Proyecto Atapuerca) y las culturas antiguas y de forma secundaria con los restos materiales, utensilios, herramientas y monumentos de las civilizaciones del pasado. Evolución humana, culturas antiguas y la materialidad del pasado serían los tres pilares de las percepciones de la muestra madrileña. Y aunque una gran mayoría reconoce su valor social (95%), desconoce en gran medida como funcionan los métodos arqueológicos. Con todo, el estudio de Almansa (2006) creo que tiene un buen valor orientativo –además de ser pionero en este tema– y es que la sociedad madrileña, y con toda probabilidad la española haciendo una amplísima extrapolación, no tienen mayoritariamente una idea clara de la arqueología. Y en las percepciones declaradas pesan bastante los estereotipos decimonónicos más que las ideas modernas.

La tercera y última cuestión es conocer cuales son las fuentes y medios de información que emplea la gente y/o le gustaría tener a su disposición para informarse y aprender sobre arqueología y el grado de satisfacción con que puede acceder a ellos. Esta cuestión creo que resulta especialmente relevante porque nos permite conocer cual es la realidad de cómo la arqueología llega a la sociedad, cuales son los medios y canales importantes y cuales son los deseos de la gente para poder profundizar en sus conocimientos. En este sentido, el Informe Harris (Ramos y Duganne, 2000) resulta muy esclarecedor y probablemente también orientador de por donde irán las preferencias de otras sociedades en poco tiempo. Así un 56% de estadounidenses encuestados declara que la televisión es su medio más relevante (se podían citar varios elementos por lo que los valores no se calculan sobre el 100% sino sobre el total de citas a cada uno). Las revistas (33%) y periódicos (24%) suman el segundo valor, detrás de la televisión, mientras que los libros y enciclopedias representan el 33%. No me interesa aquí tanto los valores concedidos a la enseñanza en sus diferentes tramos y sí destacar, por último, que los medios más específicamente arqueológicos: conferencias, visitas a yacimientos y museos y otros eventos de presentación arqueológica apenas llegan al 5%. El informe detalla que a los norteamericanos les gustaría aprender arqueología a través de la televisión (50%) y de revistas (22%) y libros (21%). Menos por los periód-

dicos (11%) y casi nada de las actividades estrictamente arqueológicas, pero es interesante destacar que sí les atrae participar en una excavación arqueológica (10%) y en actividades de “hands on” (White, 2005) que impliquen un contacto directo con materiales y/o experiencias arqueológicas (7%), aspecto que empiezan a incluir los mejores museos arqueológicos de EE.UU.

Los franceses, que de media citan dos medios distintos, declaran sus preferencias para informarse sobre arqueología por este orden (De Sars y Cambe, 2011): televisión (66%), Internet (44%), prensa generalista, periódicos y revistas (36%) y prensa especializada en arqueología (10%). Por detrás quedan los museos (10%), los libros (7%) y las actividades arqueológicas participativas (7%). Entre éstas, los grandes espectáculos de recreación histórico-arqueológica están creciendo mucho y con gran interés de público pero no son inocentes (Ucko, 2000). Otros medios tienen valores muy bajos. Es interesante en el caso de Francia que la televisión es, muy destacadamente, el medio favorito, y subrayar el alto valor, un 46% que le otorga la segunda posición, de la prensa escrita en su conjunto, algo bastante lógico al tratarse de un país muy culto y con altos índices de lectura. Pero sobre todo creo que es muy importante destacar la visibilidad de Internet, algo que en el Informe Harris y en los estudios canadienses no tenía relevancia sin duda por las fechas de sus encuestas en la década de los 90 del siglo pasado. La encuesta francesa demuestra el gran valor concedido a Internet en la actualidad y me atrevo a pronosticar su crecimiento continuado en los próximos años. La oferta francesa sobre arqueología de páginas web institucionales y de otro tipo, blogs de toda clase y otras fórmulas en Internet es muy grande, variada y de un nivel medio bastante alto. Una tendencia muy a tener en cuenta de cara al futuro.

En el caso australiano (Balme y Wilson, 2004: 22), con respuestas muy repartidas, la primera posición es la televisión y si le sumamos el cine supone un 26%, la prensa sigue a continuación con un 16%, los libros representan un apreciable 15%, mientras que los museos se quedan con un 13% y los viajes con un 7%. Un valor aparte hay que concederle a la enseñanza, que alcanza un 15% en todos los tramos educativos, y valores insignificantes logran otros medios. Pero hay que recordar que la encuesta australiana se hizo entre jóvenes universitarios, y sin duda, el perfil de la percepción corresponde a un público muy concreto y con más capacidad para buscar y valorar ciertos medios para informarse sobre arqueología que otros grupos sociales.

Los resultados canadienses (Pokotylo y Guppy, 1999), una vez más con respuestas que incluyen más de un medio, apuntan a la preeminencia de la televisión (54,5%), que todavía podríamos ampliar si sumamos el valor del cine, pero el primer puesto es para los museos (57,5%) que demuestran contar con un gran aprecio. A continuación siguen los viajes (36,7%), los libros (24,3%) y las revistas (23,6%). En conjunto, aunque el perfil general encaja con el modelo occidental que estamos viendo, la manera de informarse de los canadienses tiene matices propios, especialmente en lo que refiere al valor concedido a los museos.

Por último, la superficial valoración española (Almansa, 2006) aunque tomada con toda clase de reservas ofrece la siguiente silueta de cómo se aprende del pasado: televisión (31,5%), prensa (14,2%), yacimientos arqueológicos (11,7%), museos (10,5%) y libros (4,2%). Otros medios son anecdóticos y casi un 11% declaró que no aprendía de ninguna manera. En este caso el sesgo parece ser que buena parte de la muestra estaba muy relacionada con la arqueología, de ahí seguramente los sorprendentes valores de la importancia de yacimientos y museos.

La importancia capital de la televisión (Holtorf, 2007a: 52-54), el papel destacado de los libros y prensa escrita de todo tipo y la fuerte emergencia de Internet en las sociedades más avanzadas parecen dibujar las preferencias de los medios que la gente utiliza para informarse de arqueología. Museos y viajes quedan en su segundo plano y habría que recordar la importancia concedida a todas las experiencias arqueológicas que permitan la participación activa de los distintos públicos. Otra cosa –ciertamente muy relevante para la comunidad científica– es la opinión que tiene la gente de la facilidad con la que se puede acceder, en general, al conocimiento arqueológico. En este punto los canadienses opinan que es bastante o muy accesible en más de un 42% pero un 37,5% opina que sólo es algo accesible y un 20% piensa que lo es muy poco o nada. La encuesta francesa revela también una cierta queja ya que sólo un 21% de franceses que se declara “interesado” se considera suficientemente informado sobre las excavaciones y actividades de su entorno geográfico, mientras que el 77% considera que la información es insuficiente. El lado bueno de estas opiniones es que revelan la existencia de una fuerte demanda de información arqueológica; algo muy positivo y que debería presionar a la comunidad arqueológica para intensificar la divulgación y la participación en la disciplina de las diferentes audiencias.

Para descansar un poco de tanta encuesta y datos estadísticos y recordar que la percepción popular de la arqueología es fluida y que la propia arqueología desarrolla continuamente nuevas fórmulas de divulgación voy a mostrar un caso anecdótico pero muy revelador. A mediados de los años 1990 una revista de humor, *El Jueves*, incluyó en sus páginas una parodia de los cursos a distancia de conocidas academias que incluían –y siguen incluyendo– cursos sobre los más pintorescos temas. La parodia humorística eran dos cursos, uno para “construir tu pirámide” y el otro un “curso práctico para tallar sílex” (figura 8). El ingenio humorístico de los detalles de la supuesta publicidad está fuera de toda duda, pero más de quince años después el humor surrealista ha perdido buena parte de su fuerza porque resulta que ahora si que es posible encontrar cursos bastante parecidos en museos, cursos de verano o actividades de parques arqueológicos. El humor surrealista de ayer se ha trocado en una realidad seria hoy; otra cosa es que a alguien le siga resultando humorística esa realidad.

Con CEAC, puedes construir tu pirámide.

Una buena pirámide exige de entrada una serie de cualidades técnicas, no se te vaya a desplomar el primer día y tengas un día malo, y que no entren a los dos días los ladrones y se te lleven todo POR ESO CEAC te da unos cursos y material de prácticas para que tengas unos conocimientos perfectos que hasta el mismo faraón en persona te va a llamar para que construyas SU pirámide.

TENDRÁS UN PROFESOR DE PIRÁMIDES A MANO para cualquier consulta

MATERIAL PEDAGÓGICO, planos, martillos, escarpas, plomadas etc.

Y TU DIPLOMA CEAC firmado por el escriba mayor

CEAC
Desde hace más de mil inundaciones del Nilo a tu servicio

INFÓRMATE GRATIS Y SIN COMPROMISO

Si deseas recibir información, rellena en jergolífico este papir-cupón y envíalo a CEAC Avenida de las Pirámides Edificio Buey Apis Menfis

Nombre

Domicilio

Profesión

NUEVO CURSO PRÁCTICO DE TALLAR SÍLEX CCC

Para aprender a tallar sólo te hace falta práctica

... y este útil.

En en práctica tu oficio por el fallado.
Con el nuevo Curso de Tallar Sílex CCC desahucias todos los secretos del arte de tallar piedras. En pocos semanas harás unos puntes de Racho y otros muchos que serán lo envidia de tu tribu. Menudo peazo mamut vas a colear con ellos.

En tu cueva y con tus propios manos
En tu cueva podrás darle el sílex y fabricar puntas y revederos

Como golpear la piedra sin darte en los dedos
Llama ahora mismo o envíanos el cupón y recibirás gratis toda la información que necesitas y de regalo.

Un curso gratis de pintura rupestre
En menos tiempo que cetas un gallo podrás decorar las paredes de tu cueva con las pinturas de los animales cazados. Inagotable lo que fonditas ensandando tu cueva decorada con alfileres, car-vos, mamut, etc. Uno pasado.

Llámanos entre la salida y la puesta del sol. Tres bufidos de cuerno, dos largos y uno corto.

CCC
CENTRO DE ESTUDIOS

¿CUÁL ES TU CURSO ?

- Cazar mamut
- Esculpir Venus
- Tallado casto de rano
- Secar Pieles
- Curso de Injap
- Danzas Rituales
- Fabricar arcos
- Curso de lanzas

CURSO NUEVO!!!!
Haz tu propio fagallí
Nuestros profesores, te enseñarán el arte de fabricar el fuego.
Antes no te lo creas, con dos pedos te arrebamos o aprendes una lección que ni la de San Juan. Se ocoó espere si que creas un rojo para calentarte.
Hazlo tu propio fagallí

500 lunas enseñando a distancia

Si deseo recibir GRATIS y sin compromiso información sobre el curso o cursos

Nombre

Tribu

Cueva

FIGURA 8. Visión humorística de cursos de arqueología en la revista *El Jueves*, hacia mediados de los años 1990.

A modo de conclusión provisional me atrevería a resumir la situación de las percepciones populares de la arqueología en el momento actual de la siguiente manera:

(1) Se reconoce ampliamente el valor y la utilidad de la arqueología, y de forma bastante amplia se admite su relevancia en el mundo actual. Y se detecta, cada vez más, una mayor sensibilidad hacia los restos arqueológicos y la importancia y necesidad de su protección, conservación y disfrute por todos los públicos.

(2) Existen más problemas en la percepción de la naturaleza de la arqueología y, aunque de forma correcta se relaciona con las excavaciones y los restos materiales de las sociedades del pasado, se encuentran distorsiones –confusión con la Paleontología y dimensión romántico-aventurera– y sobre todo, bastante desconocimiento con los métodos de investigación arqueológica. Podríamos concluir diciendo que, de forma general o superficial, se identifica relativamente bien la arqueología pero no hay una percepción clara de su verdadera naturaleza, formas de trabajo e implicaciones sociales.

(3) En cuanto a las formas de aprender arqueología, hay una escala de medios que parece bastante uniforme en los casos de sociedades occidentales considerados: el primer puesto indiscutible es para la televisión, el segundo, aunque no constatado plenamente, creo que puede ser Internet, mientras que el tercer lugar corresponde a las revistas y prensa. Según los casos el cuarto puesto se lo pueden disputar los libros y los museos. Y es importante reconocer la escasa atracción de las formas de divulgación específicamente arqueológicas (conferencias, visitas a sitios, etc ...) o quizás de forma más exacta su escasa capacidad para llegar a mucha gente. La demanda de más arqueología televisiva y más *arqueología internetizada* dibujan, sin duda alguna, una tendencia que no hará otra cosa que crecer, y plantean serias responsabilidades de futuro a las instituciones y a toda la comunidad arqueológica.

(4) Se necesita de forma urgente, por un lado, contar con encuestas de muestras más amplias y representativas y, por otro lado, plantear encuestas dirigidas específicamente a los distintos tipos de público, ya que las encuestas generalistas están bien para conocer valoraciones globales pero pueden ocultar diferencias notables según las diferentes audiencias. Indagar sobre cada colectivo particular deberá ser un objetivo irrenunciable para los próximos años.

PERSPECTIVAS DE FUTURO
POR UNA ARQUEOLOGÍA MÁS INCLUSIVA

La arqueología es una disciplina que vive desde hace décadas con la obsesión de llegar cada vez a más gente, a audiencias más amplias. Y en esa obsesión una explicación fundamental es, sin duda, que la arqueología trata de la gente, de la gente del pasado que de alguna manera es inevitable que atraiga, interese o incluso fascine a la gente del presente. Los objetos y los restos arqueológicos son la materia prima de nuestro estudio pero el objetivo real es llegar a las sociedades del pasado. No podemos simplemente “cosificar” el pasado y transmitir historias de objetos si realmente queremos llegar a muchos públicos, para ello quizás una clave es que deberíamos hacer el pasado más humano, transmitir un pasado sobre la gente más que sobre objetos (Balme y Wilson, 2004: 24). Por otra parte, en las tareas de alcanzar a más audiencias y de forma más eficaz hay que reconocer que no existen “super-arqueólogos”. Lo que hay es un colectivo cualificado y diversificado que, si quiere actuar con fuerza, precisa de la suma de todos los sectores de la arqueología, fundamentalmente la academia, la administración, los museos y las empresas (Criado, 1996). En esa dirección necesitamos dos cosas: primero, recuperar la conciencia de unidad de la disciplina –la arqueología es una por más que existan distintas esferas de actividad– para hablar todos la misma lengua, y segundo, fortalecer las relaciones entre los cuatro colectivos desde el respeto y la diversidad.

Todos deberíamos compartir una tarea importante: no sólo explorar y reconocer los medios que configuran las percepciones populares del pasado arqueológico sino también embarcarnos en lo que yo denominaría la “excavación” de esos medios en la conciencia individual y colectiva. Me refiero a la posibilidad de “excavar”, estratigráficamente, como se han ido originando, superponiendo e interfiriendo los distintos medios populares que constituyen la percepción pública del pasado (figura 9). Es evidente que en los imaginarios arqueológicos de la gente han intervenido los conocimientos escolares y de otros niveles educativos, los libros infantiles, las obras de ficción literaria, la televisión, las películas y documentales, los cómics, los video-juegos, Internet, periódicos y revistas, y muchos otros elementos populares que construyen visiones determinadas del pasado. Una investigación sociológica que intentara documentar esos medios como niveles o sustratos en los cerebros de la gente, para explorar su orden de superposición, sus relaciones mutuas,

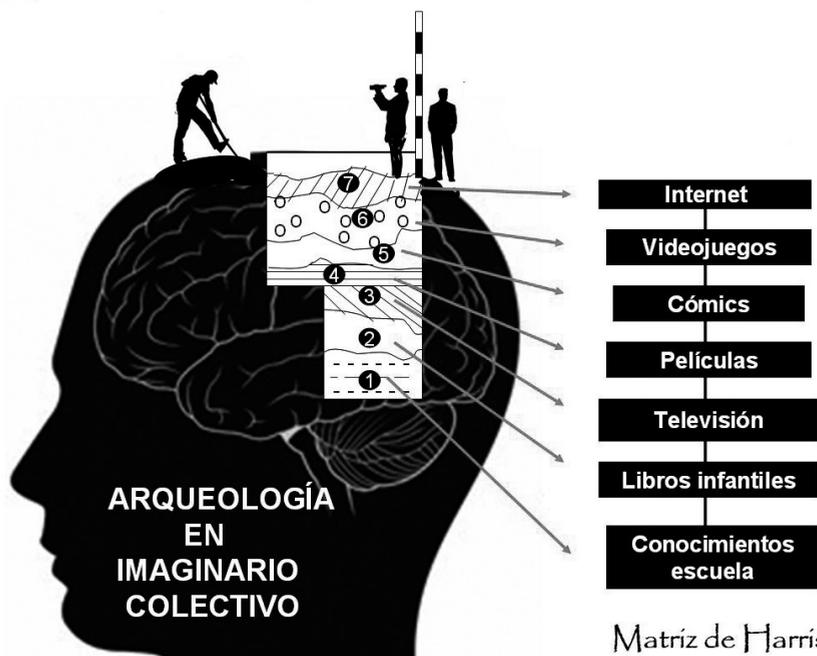


FIGURA 9. Excavando las percepciones del pasado en la mente del imaginario colectivo: metáfora para deconstruir las ideas previas.

y el peso relativo de su importancia proporcionaría conocimientos valiosísimos para dibujar los contornos de la percepción popular de la arqueología en cada sociedad. Algo así como elaborar una gigantesca y colectiva matriz de Harris que ayudara a entender los imaginarios de los distintos públicos.

Se trataría de construir una visión desde la academia de cómo se contempla la arqueología desde los no-arqueólogos, una perspectiva no disciplinar sino popular, una "arqueología como cultura popular" tal y como ha reivindicado Holtorf (2005 y 2007a). Una mirada a "los otros" para ver cómo nos perciben. Y en esa perspectiva *no-arqueológica* sino popular hay multitud de caminos, de líneas que merecen la consideración y el análisis de la comunidad arqueológica. Sólo quiero citar algunas de esas aproximaciones populares de las que podemos aprender mucho los arqueólogos, y a través de las cuales podemos practicar una arqueología mucho más inclusiva, una arqueología que atraiga e implique a cuantas más personas mejor, y sobre todo, que *a priori* no excluya a nadie.

En primer lugar las historietas o cómics que ofrecen varias reflexiones variadas. Para empezar las viñetas de los cómics se expresan fundamentalmente con imágenes –cierto que no únicamente sino junto a textos y “bocadillos”–, y las imágenes son también fundamentales en arqueología, ya que nuestra disciplina, como bien ha dicho Moser (1998), es una disciplina fuertemente visual. Por lo tanto las imágenes de los cómics pueden asemejarse a las ilustraciones de reconstrucción escénica que empleamos en arqueología (Lagar-dere, 1990). Existe un fuerte componente visual del mundo material que une al cómic con la arqueología (Ruiz Zapatero, 1997). Las ilustraciones de los cómics pueden representar visualmente el pasado con mucho realismo y con mucho atractivo. Y mi pregunta es si los cómics, que con asesoramiento de arqueólogos cada vez son más frecuentes, y las reconstrucciones artísticas que dibujan o encargan los arqueólogos se diferencian realmente en algo. Incluso, en ocasiones, un mismo dibujante es el autor de un cómic y de ilustraciones en libros de arqueología académica (Gallay, 2006; Ruiz Zapatero, 2010a), todavía más, unas viñetas de cómic pueden ser tan científicas como un manual e incluso mejorar visualmente una explicación; por ejemplo la técnica de talla Levallois, de obtención de lascas de forma predeterminada por percusión directa, suele estar mal explicada gráficamente en casi todos los textos especializados o, al menos, no resulta muy clara para ser visualmente comprendida por los estudiantes; pero la página de *Neanderthal* de E. Roudier (2007) ofrece la mejor explicación gráfica que conozco de la talla Levallois ¡y es un cómic! (figura 10). Estoy convencido de que hay muchas posibilidades de construir divulgación arqueológica de altura en este medio.

Los libros de divulgación arqueológica, que como hemos visto siguen manteniendo una posición respetable entre los medios de información de la gente, constituyen un género muy importante. Pero aunque en otras tradiciones los arqueólogos se implican bastante, en España la situación es mucho más penosa. Muy pocos libros de arqueología tienen vocación de alta divulgación, bastantes de los que se publican no están escritos por especialistas y, salvo muy contados casos –los éxitos del equipo de Atapuerca–, apenas cuentan con tiradas grandes y logran poca proyección social en librerías, suplementos de libros de periódicos y casi nula atención en otros medios de comunicación. Mucha de nuestra producción no logra proyección popular, probablemente porque en la mayoría de los casos eso ni se plantea como objetivo. Con seguridad nos asustaríamos si conociéramos las ventas de mu-



FIGURA 10. Viñetas de E. Roudier en *Neanderthal. Le cristal de chasse, t. I* (Éditions Delcourt, 2007) que muestran la técnica de talla Levallois.

chos libros que apenas son leídos. Y sobre todo, quizá el problema es que resultan ilegibles y poco atractivos para muchos públicos. De los escritos por no-profesionales o profesionales poco cualificados habría que decir, con la feliz expresión de Javier Marías, que hay mucha “mercancía averiada” que, desgraciadamente no permite ninguna denuncia, sólo lamentaciones cuando uno los tiene en la mano en las librerías. Claro que siempre he reconocido que si el mercado español pone en circulación “subproductos” de arqueología es porque la academia no se implica en la tarea y el hueco se cubre con malos

libros. De la conjunción de las dos situaciones se deriva el gris panorama de los libros de divulgación arqueológica. Las mejores pruebas de lo que digo se pueden obtener en la visita a las tiendas de los museos arqueológicos: lo más salvable son casi todas las traducciones y en la reflexión de que si alguien extranjero nos pidiera un buen libro de síntesis de toda la arqueología española deberíamos confesar que todavía no se ha escrito. ¿Valdría la pena que nos fijáramos en los libros que tienen éxito en otros países? Creo que sí. Y por otro lado, se debe recordar siempre que ser muy buen investigador no asegura ser muy buen divulgador. Además hacen falta las instituciones. El día que una institución arqueológica española se ocupe del público infantil al modo en que lo ha hecho el INRAP francés con el librito –afortunadamente traducido al castellano–, *La Arqueología a tu alcance* (De Filippo y Garrigue, 2009) habremos entrado en otra dimensión. Por ahora el público infantil en nuestro país tiene en este terreno todavía algunas limitaciones (Ruiz Zapatero, 2010b: 168-175).

El combate por la popularización arqueológica rigurosa y atractiva contra el esoterismo, la *New Age* y fantasías ucrónicas merece la pena y es necesario: la responsabilidad de la academia se extiende más allá de sus muros. Y existe, por otro lado, lo que Holtorf (2005) denomina *arqueo-appeal* que podemos aprovechar a nuestro favor (figura 11).



FIGURA 11. El “arqueo-appeal” o la magia de la arqueología en las aproximaciones populares con los temas e ideas que configuran el atractivo (siguiendo la descripción de Holtorf, 2005).

Los yacimientos y monumentos suponen la manera más directa de entrar en contacto con el pasado. Hasta hace poco tiempo no existían estudios sobre las mejores maneras de interpretar y presentar al público los sitios arqueológicos (Jameson, 1997; Silberman *et al.*, 2004), la atención se ponía en los restos, pero poco o nada en los públicos. Y no pocos problemas existen para intentar una *apocatástasis* de las ruinas, para mostrar/explicar los sitios arqueológicos en su estado original o primitivo. Pero lo que me interesa destacar aquí es que en los últimos años ha surgido una nueva línea de investigación que con el nombre de *etnografía arqueológica* (Edgeworth, 2003 y 2006) pretende estudiar con metodología etnográfica todas las formas de actuación y comportamiento de los arqueólogos incluyendo, evidentemente, las actuaciones en los yacimientos y con la gente que los visita. La etnografía arqueológica no disocia pasado/antiguo de presente/moderno y plantea que repensemos el pasado como un componente básico del presente (Hamilakis y Anagnostopoulos, 2009). Y para hacerlo debemos intentar situar nuestra práctica y nuestra interacción con las distintas audiencias bajo un estudio de tipo etnográfico, un análisis de lo que hacemos y cómo lo hacemos. En otras palabras, convertir en objeto de estudio todas las facetas de las actuaciones arqueológicas.

Por primera vez estamos así estudiando las relaciones entre los sitios arqueológicos, los arqueólogos y las poblaciones locales y visitantes, como en el interesantísimo caso de Grecia (Stroulia y Sutton, 2010). Este reciente conjunto de ensayos parte de una constatación: el pasado arqueológico griego ha estado, en buena medida, separado, disociado, del presente social. Por un lado, la investigación y presentación de sitios arqueológicos ha supuesto, de alguna manera, la destrucción de las relaciones de las comunidades locales con los sitios arqueológicos, y por otro lado, parece que algunos arqueólogos demuestran más interés por el pasado nacional griego que por el presente local. A todo ello hay que sumar una realidad: los sitios arqueológicos no se explican por sí mismos, deben ser interpretados. Tampoco hay que olvidar la internacionalización de la arqueología griega y sobre todo, un pasado de arqueología colonial demasiado cercano todavía.

Y si los sitios y monumentos arqueológicos han sido disociados de la gente es necesaria una recontextualización que permita conectar arqueología, sitios y poblaciones locales. En esa tarea –y pueden ser ideas interesantes muy extrapolables a otros casos– se aconseja: (1) trabajar por una *accesibilidad in-*

tegral, no meramente física (por ejemplo lograr traducciones de toda la investigación realizada a la lengua autóctona o crear programas de atracción local mediante grupos de reconstrucción histórica y talleres participativos); (2) estudiar detalladamente y desde planteamientos holísticos las relaciones entre las comunidades actuales, los sitios arqueológicos y los paisajes; (3) desarrollar unas prácticas arqueológicas y etnográficas colaborativas que impliquen directamente a la población local, y (4) lograr una implicación directa de los arqueólogos en mejoras de la vida local, de la vida cotidiana de la gente de la zona. Y recordar siempre que las tareas para conseguir una *accesibilidad integral*, además de física para todos (Pezzo, 2010), y unas prácticas arqueológicas y etnográficas colaborativas serán tanto más eficaces cuanto más se logre una implicación individualizada, física y multisensorial con la gente de las comunidades locales. El objetivo final de las propuestas griegas sería: lograr que las poblaciones locales aprecien la arqueología y se sientan orgullosas de su pasado y conseguir que los arqueólogos aprecien a las comunidades locales por sí mismas, independientemente del pasado arqueológico que estudian.

Realizar *estudios etnográficos* de las visitas a los sitios y monumentos arqueológicos es una experiencia muy enriquecedora y valiosa para conocer las percepciones de la gente sobre esas experiencias. Un pequeño estudio piloto que he realizado en el caso de Numancia (Soria) me permite evaluar sus posibilidades. En el año 2005 realicé varias visitas guiadas al yacimiento incluyéndome como un visitante más en los grupos, provisto de una pequeña grabadora, y atento a recoger todos los comentarios y comportamientos de los visitantes. Comprobé que, frente a las encuestas escritas o con formulario cerrado realizadas verbalmente al final de las visitas que enmascaran o distorsionan las verdaderas opiniones para mostrarse “culto” y ser “políticamente correcto”, la observación anónima de lo que dicen y hacen los visitantes permite capturar más genuinamente lo que realmente piensa la gente. Las conclusiones son muy interesantes porque recogen el verdadero sentir de los distintos públicos e incluso el lenguaje y los mecanismos de comprensión que emplean. Los propios arqueólogos tenemos en estas etnografías de las visitas guiadas a sitios y monumentos un filón de investigación por realizar y mucho que aprender para construir mejores mensajes y discursos en la presentación de los restos arqueológicos.

Para proteger el patrimonio la arqueología puede aprender mucho de la ecología. Y la ecología y la protección de la naturaleza llevan ventaja sobre el pasado en muchos sentidos y desde luego en el de sensibilización de la gente.

Hace poco tiempo en el Zoo de Central Park de Nueva York descubrí algunas alertas en los carteles que podrían servir como buenos lemas en arqueología: “trata cada oso como si fuera el último oso” se convertiría en “trata cada yacimiento como si fuera el último yacimiento” o “¡las monedas matan!” (para proteger a los patos) podría devenir en “los detectores ilegales matan” (los sitios arqueológicos). No hay en todo ello ninguna exageración.

A MODO DE EPÍLOGO

A comienzos del siglo XXI la arqueología está presente en la sociedad más que nunca, en su historia, y lo está de dos formas muy claras: 1) a través de medios que son propios de los arqueólogos, actuaciones y productos que generamos nosotros mismos, y 2) mediante una variedad de formas que son ajenas a la arqueología profesional. Las segundas son mucho más amplias y diversas y, aunque deforman, mutilan y distorsionan el pasado, tienen una capacidad de comunicación con los públicos muy superior. Es importante identificar y conocer las “otras arqueologías”, las arqueologías no-académicas, las no producidas por los arqueólogos aunque sólo sea porque resultan – sin proponérselo – muy efectivas e influyentes a la hora de construir los imaginarios populares.

Los medios no-profesionales, las arqueologías populares, ciertamente no son competencia directa de los arqueólogos pero creo que es un gran error desentendernos de ellas (Holtorf, 2007a). Pienso que nuestro trabajo debe incluir también esas arqueologías populares despreciadas porque mediante la observación, el estudio, la crítica, la ayuda y la colaboración si es preciso, podemos contribuir a crear canales populares más rigurosos, más fiables, más respetuosos con el pasado. Y todo ello porque aceptando la libertad de quienes las construyen desde posiciones no-arqueológicas costaría muy poco evitar errores, sesgos y malentendidos. Al final mi filosofía es: ¿por qué hacer algo mal cuando no cuesta más hacerlo bien? Hay muchos campos para intervenir en estos medios: para empezar usar los mitos falsos pero bien conocidos para desmontarlos y sustituirlos por conocimiento crítico (figura 12). Podemos empezar a hacerlo (Almansa, 2011).

Pero es que en nuestros medios, todos los relacionados con la arqueología profesional, también tenemos tareas urgentes: podemos y debemos mejorar la calidad y lograr mayores audiencias en las exposiciones, los museos, los yacimientos arqueológicos, las publicaciones de divulgación, los cursos, conferencias y las páginas web. Una arqueología que sitúe en primer plano a las

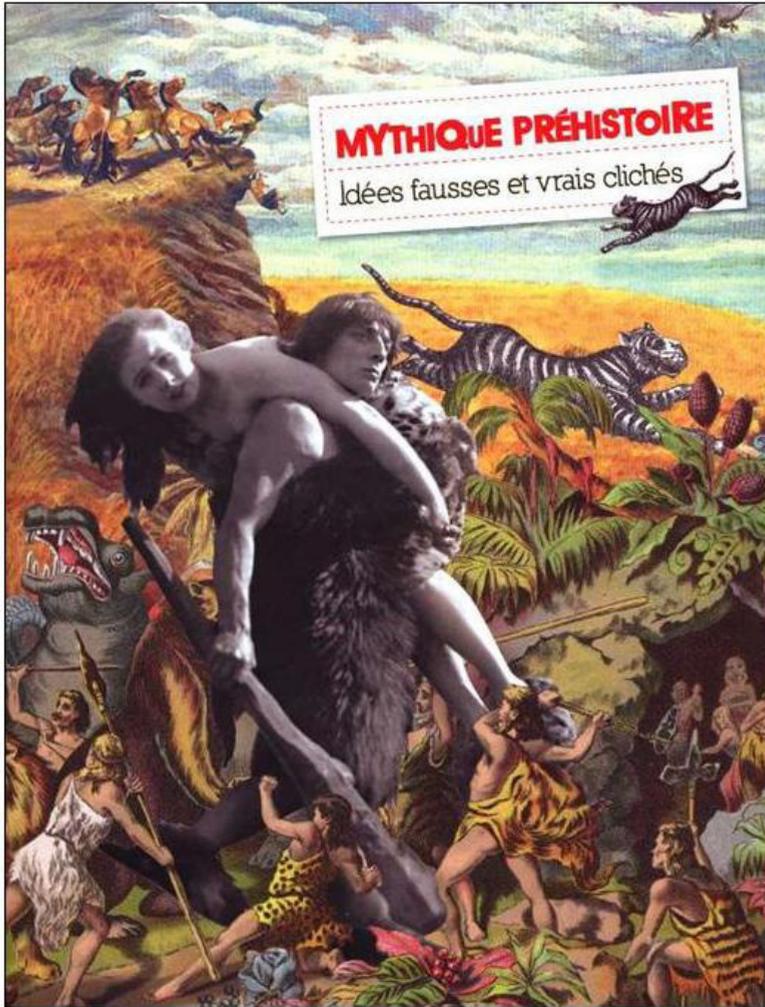


FIGURA 12. Cartel de la Exposición “Prehistoria mítica. Ideas falsas y clichés verdaderos” del Museo de Solutré (marzo de 2010 - enero de 2011).
<http://www.ocim.fr/spip.php?article2741>.

comunidades locales y tienda a ser más inclusiva es posible. Para ello hacen falta medios pero, sobre todo, hacen falta más imaginación y más ganas de implicarse con la gente. Al fin y al cabo si alguien puede ver el pasado es gracias a los arqueólogos que tenemos la obligación de la alfabetización arqueológica de la sociedad (Franklin *et al.*, 2008).

Por otra parte, es preciso realizar una mejor radiografía de cómo las distintas audiencias perciben la arqueología y el pasado. Nuestra visión es muy pobre, conocemos mal las ideas, creencias, perspectivas y valores que la gente tiene sobre la arqueología. Necesitamos encuestas a muy distintos niveles sobre las percepciones del pasado arqueológico pero también podemos acercarnos a ellas a través de foros, páginas web, blogs y otras fórmulas que ya están en Internet, una suerte de “arqueología electrónica”, porque ahí se expresan libremente ideas, creencias, perspectivas y valores populares acerca de nuestra disciplina. Incluso tenemos la posibilidad de inaugurar un campo de investigación nuevo: una arqueología de la percepción popular del pasado. Una dimensión de la historia de la arqueología que está por desarrollar.

La arqueología es el estudio de la gente del pasado a través de los restos materiales para generar conocimiento histórico que sirva a la gente del presente. Para ello precisamos conocer mejor a nuestros públicos y sus percepciones. Es lo que he intentado defender en este ensayo porque pienso que este tema es central para el desarrollo de la disciplina.

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi agradecimiento al Museo de Prehistoria de Valencia y, muy especialmente, a los organizadores de la Reunión que ha dado lugar a este libro porque me resultó muy grata y estimulante. De todas las intervenciones y de las preguntas y observaciones realizadas por los asistentes este texto es claramente deudor. Por último agradezco, muy profundamente, a los editores la infinita paciencia para ultimar la redacción de este trabajo en unas circunstancias personales que han resultado un tanto difíciles.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcalde, G. (1995): Una aproximación a los visitantes individuales de los museos de arqueología de Cataluña, *Revista de Museología* 6, 29-35.
- Almansa, J. (2006): La imagen popular de la arqueología en Madrid, *Arqueoweb* 8/1. http://www.ucm.es/info/arqueoweb/numero8_/conjunto8_1.htm (Acceso 12/09/2011).
- Almansa, J. (2011): Arqueología para todos los públicos. Hacia una definición de la arqueología pública “a la española”, *Arqueoweb* 13, 87-107. <http://www.ucm.es/info/arqueoweb/numero-13.html#13> (Acceso 15/09/2011).
- Almansa, J., del Mazo, B. (en prensa): Tesoros, política y otros demonios. La arqueología madrileña en la prensa, *VI Jornadas de Patrimonio Arqueológico de*

- la Comunidad de Madrid* (Museo Arqueológico Regional de la Comunidad de Madrid, nov. 2010), en prensa.
- Arsuaga, J. L. (2008): *Mi primer libro de Prehistoria. Cuando el mundo era niño*. Espasa, Madrid.
- Auel, J. (2011): *La tierra de las cuevas pintadas*. Maeva, Madrid.
- Balme, J., Wilson, M. (2004): Perceptions of Archaeology in Australia amongst educated young Australians, *Australian Archaeology* 58, 19-24.
- Bathurst, R. R. (2000-2001): Keeping Up with the Jones's: Addressing Aspects of Archaeological Representation, *Nexus* 14, 1-10.
- Binks, G., Dyke, J., Dagnall, P. (1988): *Visitors Welcome: A Manual on the Presentation and Interpretation of Archaeological Excavations*. English Heritage, Londres.
- Casals, J. M., Casals, X. (2004): La historia en el quiosco: ¿una "revolución silenciosa"?, *Ayer* 25(2), 349-365.
- Clack, T., Britain, B. M. (2007): *Archaeology and the Media*. Berg Publishers, Londres.
- Clottes, J. (2008): *La Prehistoria explicada a los jóvenes*. Paidós, Barcelona.
- Copeland, T. (2004): Presenting Archaeology to the Public: Constructing insights on-site. En N. Merriman (ed.), *Public Archaeology*. Routledge, Londres, 132-144.
- Criado, F. (1996): El futuro de la arqueología ¿la arqueología del futuro?, *Trabajos de Prehistoria* 53(1), 13-26.
- Crubézy, E., Senégas, N. (2011): *Hergé archéologue*. Errance, París.
- Darwill, T. (2006): Public Archaeology: a European Perspective. En J. Bintliff (ed.), *A Companion to Archaeology*. Blackwell Publishing, Malden, 409-434.
- Davies, S. R. (2008): Constructing Communication: Talking to scientist About Talking to the Public. *Science Communication* 29(4), 413-434.
- De Filippo, R., Garrigue, R. (2009): *La Arqueología a tu alcance*. Ediciones Oniro, Barcelona.
- Domínguez-Solera, S. D. (2009): Pseudociencia y arqueología en España, *Arqueoweb* 12. <http://www.ucm.es/info/arqueoweb/pdf/12/dominguezsolera.pdf> (Acceso 10/09/2011).
- Edgeworth, M. (2003): *Acts of Discovery: An Ethnography of Archaeological Practice*. Archaeopress. BAR, Int. Ser. 1131, Oxford.
- Edgeworth, M. (2006): *Ethnographies of Archaeological Practice: Cultural Encounters, Material Transformations*. AltaMira Press, Lanham.
- Erickson, A. (2011): Outreach and Education in Archaeology, *Online Journal in Public Archaeology* 1, 45-54. <http://www.arqueologiapublica.es/index.php> (Acceso 10/09/2011).
- Fagan, G. G. (ed.) (2006): *Archaeological Fantasies*. Routledge, Londres/Nueva York.
- Faulkner, N. (2000): Archaeology from Below, *Public Archaeology* 1(1), 21-33.

- Feder, K. L. (1984): Irrationality and Popular Archaeology, *American Antiquity* 49(3), 525-541.
- Fernández Martínez, V. (1991): La arqueología de la imaginación: notas sobre literatura y prehistoria, *Arqritica* 2, 3-6.
- Franklin, M. E., Henderson, A. G., Moe, J. M. (2008): If you can see the past in the present, thank an archaeologist. Getting serious about archaeological literacy, *The SAA Archaeological Record* 8(1), 36-39.
- Galanidou, N., Dommasnes, L. H. (eds.) (2007): *Telling children about the Past. An Interdisciplinary Perspective*. Michigan, International Monographs in Prehistory, Ann Arbor.
- Gallay, A. (2002): Archéologie et bande dessinée: mérites et limites d'une utopie. En P. Jud y G. Kaenel (eds.), *Lebensbilder – Scènes de vie*. Actes du Colloque de Zoug (13-14 mars 2001). Groupe de travail pour les recherches préhistoriques en Suisse (Documents du GPS, 2), Lausana, 107-113.
- Gallay, A. (ed.) (2006): *Des Alpes au Léman : images de la préhistoire*. Gollion, Infolio.
- García Blanco, A., Pérez Santos, E., Andonegui, M. O. (1999): *Los visitantes de museos: Un estudio de público en cuatro museos*. Ministerio de Educación y Cultura, Madrid.
- Gero, J., Root, D. (1996): Public Presentations and Private Concerns: Archaeology in the Pages of National Geographic. En R. W. Preucel y I. Hodder (eds.), *Contemporary Archaeology In Theory: A Reader*. Blackwell Publishers, Oxford, 531-548.
- Gressens, B. (2005): Archaeology in Fiction; the Good, the Bad and the Ugly. <http://www.uwlab.edu/mvac/newsreviews/bookreview/Archaeology%20in%20Fiction.pdf> (Acceso 17/09/2011).
- Gresh, L. H., Weinberg, R. (2008): *¿Por qué tenían que ser serpientes? Los misterios de Indiana Jones*. Ediciones Robinbook, Barcelona.
- Hamilakis, Y., Anagnostopoulos, A. (eds.) (2009): Archaeological Ethnographies, *Public Archaeology* 8(2-3).
- Hargreaves, I., Ferguson, G. (2000): Who's Misunderstanding Whom? Bridging the Gulf of Understanding between the Public, Media and Science. http://www.esrc.ac.uk/_images/Whos_misunderstanding_whom_tcm8-13560.pdf (Acceso 20/09/2011).
- Hernández Hernández, F. (2010): *Los museos arqueológicos y su museografía*. Ediciones Trea, Gijón.
- Hoffer, P. C. (2008): *The Historian's Paradox. The Study of History in Our Time*. New York University Press, Nueva York-Londres.
- Holtorf, C. (2005): *From Stonehenge to Las Vegas: Archaeology as Popular Culture*. AltaMira Press, Walnut Creek.

- Holtorf, C. (2007a): *Archaeology is a brand! The meaning of archaeology in contemporary popular culture*. Left Coast Press, Walnut Creek.
- Holtorf, C. (2007b): Can you hear me at the back? Archaeology, communication and society, *European Journal of Archaeology* 10, 149-165.
- Holtorf, C. (2007c): An archaeological fashion show: how archaeologists dress and how they are portrayed in the media. En T. Clack y M. Brittain (eds.), *Archaeology and the media*. Left Coast Press, Walnut Creek, 69-88.
- Hutira, J. (2010): Archaeology and the media in the 1990s, *The SAA Archaeological Record* 10(5), 32-34.
- Jameson, J. H. (1997): *Presenting archaeology to the public: digging for truths*. AltaMira Press, Lanham.
- Katsamudanga, S. (2009): Consuming the Past: Public perception towards the discipline of archaeology in Zimbabwe. http://sanord.uwc.ac.za/usrfiles/users/9174080913/Conference_2009/Katsamudanga_PAPER.pdf (Acceso 5/10/2011).
- Khun, R. (2002): Archaeology under a microscope: CRM and the press, *American Antiquity* 67(2), 195-213.
- King, T. F. (2005): *Doing Archaeology: a Cultural Resource Management Perspective*. Left Coast Press, Walnut Creek.
- Kristiansen, K. (2008): Should archaeology be in service of 'popular culture'? A theoretical and political critique of Cornelius Holtorf's vision of archaeology, *Antiquity* 82, 488-492.
- Kulik, K. (2006): Archaeology and British television, *Public Archaeology* 5, 75-90.
- Lagardere, G. (ed.) (1990): *Peintres d'un monde disparu. La préhistoire vue par des artistes de la fin du XIX siècle à nos jours*. Solutré-Pouilly, Musée Departamentale de Préhistoire de Solutré.
- Laneri, N. (2002): Crossing Boundaries. Some thoughts about communication in archaeology, *Archaeological Dialogues* 9(2), 90-97.
- Lerner, S. (2010): Media relations: a new millennium, *The SAA Archaeological Record* 10(5), 35-37.
- Little, B. (ed.) (2002): *Public Benefits of Archaeology*. University Press of Florida, Gainesville.
- Loubser, J. H. N. (2003): *Archaeology: The Comic*. AltaMira Press, Lanham.
- Lovata, R. (2007): *Inauthentic Archaeologies. Public uses and abuses of the past*. Left Coast Press, Walnut Creek.
- Lowenthal, D. (1999): *The Past is a Foreign Country*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Lynne, S., Lipe, W. D. (eds.) (2010): *Archaeology and Cultural Resource Management: Visions for the Future*. School for Advanced Research Press, Santa Fe.

- Lull, V. (2007): *Los objetos distinguidos: la arqueología como excusa*. Bellaterra, Barcelona.
- Malloy, M., Jeppson, P. L. (2009): Public outreach efforts at SAA. Collaborating for effective community engagement. *The SAA Archaeological Record* 9(4), 30-32.
- Mansilla, A. (2001): Una mirada a otros pasados. Las imágenes de la arqueología a través de las páginas de Revista de Arqueología, *Arqueoweb* 3(3). <http://www.ucm.es/info/arqueoweb/pdf/3-13/mansilla.pdf> (Acceso 08/09/2011).
- Mansilla, A. (2004): *La divulgación del patrimonio arqueológico en Castilla y León: un análisis de los discursos*. Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Madrid. <http://eprints.ucm.es/tesis/ghi/ucm-t27682.pdf> (Acceso 10/09/2011).
- Marshall, Y. (2002): What is community archaeology?, *World Archaeology* 34(2), 211-219.
- Marwick, B. (2010): Self-image, the long view and archaeological engagement with film: an animated case study, *World Archaeology* 42(3), 394-404.
- Masriera, C. (2007): *Anàlisi dels espais de presentació arqueològics de l'Edat dels Metalls*. Tesis doctoral inédita, Universidad de Barcelona, Facultad de Formación del Profesorado, Barcelona.
- Matsuda, A. (2004): The concept of "the Public" and the aims of Public Archaeology, *Papers from the Institute of Archaeology* 15, 66-76.
- McManamon, F. (1991): The Many Publics for Archaeology, *American Antiquity* 56, 121-130.
- McManamon, F. P. (1998): Public Archaeology: A Professional Obligation, *Archaeology and Public Education* 8(3), 3-13.
- McManamon, F. (2000): Archaeological messages and messengers, *Public Archaeology* 1(1), 5-20.
- Meneses Fernández, M^a D. (2004): Prehistoria investigada, prehistoria divulgada: tratamiento periodístico del acervo prehistórico y arqueológico en prensa diaria, *Espacio, Tiempo y Forma, Serie I, Prehistoria y arqueología* 16-17, 357-371.
- Merriman, N. (1999): *Making Early Histories in Museums*. Leicester University Press, Leicester.
- Merriman, N. (ed.) (2004): *Public Archaeology*. Routledge, Londres-Nueva York.
- Moshenska, G. (2009a): What is Public Archaeology?, *Present Pasts* 1, 46-48. <http://presentpasts.info/index.php/pp/article/view/6/10> (Acceso 13/09/2011).
- Moshenska, G. (2009b): Beyond the Viewing Platform: Excavations and Audiences, *Archaeological Review from Cambridge* 24(1), 39-53.
- Moshenska, G., Dhanjal, S. (eds.) (2011): *Community Archaeology: Themes, Methods and Practices*. Oxbow Books, Oxford.
- Moser, S. (1998): *Ancestral Images: the iconography of human origins*. Cornell University Press, Ithaca.

- Nichols, S. J. (2004): *Out of the Box: Popular Notions of Archaeology in Documentary Programs on Australian Television*. Tesis inédita de B.A. en la Universidad de Queensland (Australia). http://espace.library.uq.edu.au/eserv/UQ:9459/nichols_2004.pdf (Acceso 10/09/2011)
- Nieto-Galan, A. (2011): *Los públicos de la ciencia. Expertos y profanos a través de la historia*. Fundación Jorge Juan-Marcial Pons Historia, Madrid.
- Orovio, I. (2011): Arqueología sense icona, *La Vanguardia*, 28-VII-2011.
- Owen, T., Steele, J. (2005): Perceptions of archaeology amongst primary school aged children, Adelaide South Australia, *Australian Archaeology* 61, 64-70.
- Paynton, C. (2002): Public Perception and “Pop Archaeology”: A Survey of Current Attitudes Towards Televised Archaeology in Britain, *The Archaeological Record* 2(2), 33-36 y 44.
- Pérez Santos, E. (2000): *Estudio de visitantes en museos: Metodología y aplicaciones*. Ediciones Trea, Gijón.
- Pezzo, K. A. (2010): Universal Access for Universal Value: Creating Disabled Access at Heritage Sites for those with Mobility Impairments. *Conservation and Management of Archaeological Sites* 12(4), 290-323.
- Pokotylo, D. (2002): Public Opinion and Archaeological Heritage: A National Perspective, *Canadian Journal of Archaeology* 26, 88-129.
- Pokotylo, D. (2007): Archaeology and the “educated public”. A perspective from the University, *The SAA Archaeological Record* 7(3), 14-18.
- Pokotylo, D., Guppy, N. (1999): Public opinion and archaeological heritage: views from outside the profession, *American Antiquity* 64(3), 400-416.
- Prior, F. (1996): Archaeology and the Public, British Archaeological Awards 1996 lecture. www.britarch.ac.uk/awards/baalect.html (Acceso 1/10/2011).
- Querol, M. A. (2010): *Manual de Gestión del Patrimonio Cultural*. Akal, Madrid.
- Querol, M. A., Castillo, A. (2003): *Entre homínidos y elefantes. Un paseo por la remota Edad de Piedra*. Editorial Doce Calles, Madrid.
- Ramos, M., Duganne, D. (2000): *Exploring Public Perceptions and Attitudes about Archaeology*, Society for American Archaeology, Harris Interactive, February 2000. <http://saa.org/Portals/0/SAA/pubedu/nrptdraft4.pdf> (Acceso 18/03/2011).
- Roudier, E. (2007): *Neanderthal. Le cristal de chasse*. Éditions Delcourt, París.
- Rowan, Y., Baram, U. (2004): *Marketing Heritage. Archaeology and the Consumption of the Past*. AltaMira Press, Walnut Creek.
- Ruiz Zapatero, G. (1996): La divulgación del pasado. Arqueólogos y periodistas: una relación posible, *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico* 17, 96-99. http://www.iaph.es/Patrimonio_Historico/cd/ficheros/4/ph17-96.pdf (Acceso 22/09/2011).

- Ruiz Zapatero, G. (1997): Héroes de piedra en papel: la Prehistoria en el cómic, *Complutum* 8, 285-310.
- Ruiz Zapatero, G. (1998): Fragmentos del pasado: la presentación de sitios arqueológicos y la función social de la arqueología. *Actes del II Seminari Arqueologia i ensenyament. Treballs d'Arqueologia*, Universidad Autónoma de Barcelona 5, 7-34.
- Ruiz Zapatero, G. (2005a): Torralba y Ambrona: de la arqueología a la divulgación, *Zona arqueológica* 5. Los yacimientos paleolíticos de Ambrona y Torralba (Soria). Un siglo de investigaciones arqueológicas, 78-103.
- Ruiz Zapatero, G. (2005b): Comics and Prehistory: a european perspective, *The SAA Archaeological Record* 5(5), 27-29 y 34.
- Ruiz Zapatero, G. (2007a): Las asociaciones de Amigos del Patrimonio Histórico y Arqueológico. En N. Alonso, E. Junyent, A. Lafuente, J. López, E. Tartera y A. Vidal (eds.), *Associacions d'Amics del Patrimoni Arqueològic. Funció i rol social en el segle XXI*. Universitat de Lleida, Lleida, 11-29.
- Ruiz Zapatero, G. (2007b): El cine de arqueología como recurso didáctico. En J. M. Iglesias Gil (ed.), *Cursos sobre el patrimonio histórico 11: Actas de los XVII cursos monográficos sobre el patrimonio histórico*. Universidad de Cantabria, Santander, 31-48.
- Ruiz Zapatero, G. (2009a): Consumiendo Patrimonio: Arqueólogos y Cultura Popular, *Anuario Vaccea* 2, 27-28.
- Ruiz Zapatero, G. (2009b): La divulgación arqueológica: las ideologías ocultas, *Cuadernos de Prehistoria y Arqueología de la Universidad de Granada* 19, 11-36.
- Ruiz Zapatero, G. (2010a): La Prehistoria y los cómics, *BBC Historia* 6, 18-26.
- Ruiz Zapatero, G. (2010b): Los valores educativos de la Prehistoria en la Enseñanza Obligatoria, *MARQ, Arqueología y Museos* 4, 161-179.
- Ruiz Zapatero, G., Mansilla, A. (1999): L'arqueologia en els mitjans de comunicació. Materials per a una reflexió crítica sobre la divulgació del passat, *Cota Zero* 15, 42-62.
- Russel, M. (ed.) (2002): *Digging Holes in Popular Culture: Archaeology and Science Fiction*. Oxbow / The David Brown Book Company, Oxford.
- Sabloff, J. A. (2009): How can archaeologists usefully contribute to public policy considerations?, *Archaeological Dialogues* 16(2), 169-171.
- Santacana, J., Hernández, F. X. (2006): *Museología crítica*. Ediciones Trea, Gijón.
- Sars, F. de, Cambe, G. (2011): Image de l'archéologie auprès du grand public, Etude Ipsos / INRAP. http://www.inrap.fr/userdata/c_bloc_file/9/9636/9636_fichier_IPSOS-archeologie (Acceso 28/09/2011).
- Saunders, C. M. (2011): Taking it to the Streets. A career in Public Archaeology, *The SAA Archaeological Record* 11, 16-18.

- Sevillano Pareja, H., Soto García, M. R. (2011): Realidad y fantasía de la Arqueología en los juegos de rol, *El Futuro del pasado* 2, 407-423. <http://www.elfuturodelpasado.com> (Acceso 28/10/2011).
- Schlanger, N., Aitchison, K. (eds.) (2010): *Archaeology and the global economic crisis. Multiple impacts. Possible solutions.* ACE/Culture Lab Editions, 107-116. <http://www.acearchaeology.eu/fichiers/25Archaeology-and-the-crisis.pdf> (Acceso 22/09/2011).
- Schmidt, M. (2002): Archaeology and the German public. En H. Härke (ed.), *Archaeology, Ideology and Identity. The German experience*, Peter Lang GMBH, Frankfurt, 244-274.
- Schnitzler, B., Schnitzler, F. (dirs.) (2006): *Archéopub: la survie de l'Antiquité dans les objets publicitaires.* Musées de Strasbourg, Estrasburgo.
- Silberman, N. A., Callebaour, D., Killebrew, A. E. (eds.) (2004): *Interpreting the Past 1: Presenting Archaeological Sites to the Public.* Flemish Heritage Institute, Bruselas.
- Simpson, F. A. (2010): *Values of Community Archaeology: A Comparative Assessment between the UK and US.* Archaeopress, BAR Int. Ser. 2105, Oxford.
- Simpson, F., Williams, H. (2008): Evaluating community archaeology in the UK, *Public archaeology* 7(2), 69-90.
- Stroulia, A., Sutton, S. B. (eds.) (2010): *Archaeology in situ. Sites, Archaeology, and Communities in Greece.* Lexington Books, Lanham.
- Timoney, S. M. (2009): *Presenting archaeological sites to the public in Scotland.* Tesis doctoral, Universidad de Glasgow. Departamento de Arqueología. <http://theses.gla.ac.uk/801/> (Acceso 10/4/2010).
- Ucko, P. (2000): Enlivening a "dead past", *Conservation and Management of Archaeological Sites* 4, 67-92.
- Van Dyke, R. M. (2006): Seeing the Past: Visual Media in Archaeology, *American Anthropologist* 108(2), 370-384.
- Watrall, E. (2002): Digital pharaoh: Archaeology, public education and interactive entertainment, *Public Archaeology* 3, 163-169.
- White, J. R. (2005): *Hands-On Archaeology. Real-Life activities for kids.* Prufock Press, Waco.
- Wood, B., Cotton, J. (1999): The Representation of Prehistory in Museums. En N. Merriman (ed.), *Making Early Histories in Museums.* Leicester University Press, Nueva York, 28-43.
- Zamaron, A. (2007): *Récits et fictions des mondes disparus: l'archéologie-fiction.* Publications de l'université de Provence, Aix-en-Provence.
- Zarmati, L. (1995): Popular archaeology and the archaeologist as hero. En J. Balme y W. Beck, (eds.), *Gendered Archaeology. The Second Australian Women in Archaeology Conference.* ANH Publications, Canberra, 43-47.

Zorpidu, S. (2004): The Public Image of the Female Archaeologist. The Case of Lara Croft. En H. Bolin (ed.), *The Interplay of Past and Present*. Huddinge, Södertörns högskola, 101-107.