

Treball de Fi de Grau

Títol

Autoria

Professorat tutor

Grau

Tipus de TFG

Data

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Castellà:

Anglès:

Autoria:

**Professorat
tutor:**

Curs:

Grau:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès:

Índex

1. Introducció	2
1.1 Justificació.....	3
1.2 Objecte d'estudi.....	4
1.2.1 Objectius generals i específics de la recerca	4
2. Marc Teòric.....	5
2.1 La notícia.....	5
2.1.1 La notícia com a construcció social de la realitat	5
2.1.2 Els criteris de noticiabilitat periodística.....	12
2.1.3 La notícia com a text informatiu	14
2.2 La qualitat periodística	14
2.3 L'ètica en la comunicació social de la ciència	18
2.4 L'arqueologia.....	20
2.4.1 Els inicis de l'arqueologia.....	20
2.4.2 L'interès públic de l'arqueologia.....	21
2.5 Estat de la qüestió.....	22
2.6 Preguntes d'investigació	25
3. Metodologia	26
3.1 Els sis mitjans analitzats	27
4. Anàlisi dels resultats.....	31
4.1 La Vanguardia	32
4.2 20 minutos.....	37
4.3 El Mundo	41
4.4 El Periódico	46
4.5 El País.....	51
4.6 Diari Ara	55
4.7 Anàlisi global	61
5. Conclusions	65
6. Línies de futur.....	67
7. Bibliografia.....	68

1. Introducció

L'origen de la nostra espècie és un àmbit d'investigació que genera molt d'interès a la societat. L'arqueologia tracta d'apropar-nos una mica més a aquest passat remot, amb més suposicions hipotètiques però científiques que fets provats i afirmats amb rotunditat. Aquest fet s'explica, simplificadament, per la dificultat d'indagar sobre persones que van viure i fets que van succeir fa centenars de milers d'anys.

Tot i el poder mediàtic que mou la cerca del nostre origen, l'arqueologia és marcadament multidisciplinària, investigant molts altres aspectes de la societat, que no atrauen l'interès dels mitjans de comunicació generalistes. Els periodistes són la cadena de transmissió entre els arqueòlegs i la societat. És evident, doncs, la seva rellevància a l'hora de construir la consciència col·lectiva que tenim sobre l'arqueologia.

Per esdevenir un actor útil que transmeti informació veraç proporcionada per científics, és necessari tenir la confiança dels receptors. A Espanya, però, segons l'estudi de la Fundació BBVA de l'any 2019, només un 15% dels enquestats afirmava confiar en els periodistes, convertint-se en una de les professions pitjor valorades. En canvi, els científics reben la confiança del 67% dels espanyols, segons el mateix estudi. Això indica, per tant, que els receptors es creuran les notícies científiques – i arqueològiques – per l'aparició de la veu del científic i/o investigador, no per la confiança en la pròpia feina periodística.

Aquesta situació evoca a un escenari complicat, on els periodistes hauran de ser més fidels que mai als estàndards de qualitat periodística. L'accessibilitat per part de les fonts d'informació facilitarà la feina del periodista. Els arqueòlegs reconeixen que històricament hi ha hagut poca voluntat d'explicar les seves investigacions als mitjans. No obstant això, les darreres dues dècades ha augmentat la preocupació d'aquest col·lectiu per la transmissió social del seu coneixement, amb la voluntat de fer-lo més accessible al públic general. La col·laboració recíproca entre arqueòlegs i periodistes pot permetre, d'una banda, l'augment de les fonts i la qualitat periodística i, de l'altra, la difusió del patrimoni arqueològic més enllà de lector especialitzat en la matèria.

1.1 Justificació

La justificació d'aquest treball ha vingut motivada per la voluntat de conèixer com comuniquen els mitjans la informació sobre el patrimoni arqueològic. És evident que la professió d'arqueòleg ha estat i està molt estereotipada, ja sigui en pel·lícules, llibres, notícies o altres plataformes. Com a anècdota, quan pensem en un arqueòleg sovint se'ns projecta la imatge de Harrison Ford com a *Indiana Jones*, caricaturitzant la professió com la d'un home intrèpid i aventurer, amb barret i a la recerca de misteris extravagants.

No només la indústria de Hollywood ha contribuït a aquesta imatge distorsionada de l'arqueòleg. Els mitjans de comunicació, posant ja el focus a Espanya, han menysvalorat l'interès públic de l'arqueologia com a font de coneixement del passat, empetitint la seva divulgació: "Pensar en divulgació arqueològica en aquest país és, generalment, pensar en quelcom molt secundari [...] i senzill, que no suposa cap dificultat, ni té un transfons ideològic complex" (Ruiz Zapatero, 2009:12).

Els mitjans juguen un paper clau com a vehicles de transmissió, entre la societat i el món de l'arqueologia. D'aquí prové la justificació d'analitzar com són les peces que publiquen cada dia, veient, detalladament, quin tractament periodístic en fan. És necessari veure com es divulga l'arqueologia des de diferents perspectives, per conèixer l'actuació dels periodistes en aquest camp: "La investigació dels públics, les formes de divulgació i les ideologies ocultes intrínseques en aquestes, han de ser temes d'investigació preferent per així millorar la construcció dels missatges divulgatius, i la nostra pròpia actuació com a missatgers" (Ruiz Zapatero, 2009:31).

Analitzar el tractament periodístic des de dues vessants és una de les altres motivacions per realitzar aquest treball. D'una banda, elements tangibles, vinculats a l'anàlisi del text periodístic i, de l'altre, elements subjectius, invisibles però presents a les notícies, això és, la imatge que ens proporcionen els mitjans de l'arqueòleg i l'arqueologia.

1.2 Objecte d'estudi

L'objecte d'estudi consistirà en analitzar la difusió informativa vinculada al món de l'arqueologia feta pels següents diaris de premsa generalista: La Vanguardia; 20 minutos; el Mundo; El Periódico; el País i el diari Ara. La Vanguardia, l'Ara i el Periódico tenen la seu a Barcelona i els tres restants, a la ciutat de Madrid.

1.2.1 Objectius generals i específics de la recerca

En primer lloc, els objectius generals de la recerca del present treball són els següents:

- El caràcter de la cobertura informativa dels mitjans.
- La imatge que s'atorga a l'arqueologia i l'arqueòleg com a ciència.

En segon lloc, més específicament, es busca:

- Analitzar les peces publicades sobre arqueologia dels sis mitjans descrits en base els següents criteris:
 - Indicadors de qualitat periodística; anàlisi de les fonts informatives
 - La construcció de la notícia: elements que poden dotar de més subjectivitat al relat com verbs, adverbis o adjectius.
 - Estructura del titular
 - Deontologia periodística
- Ús de famílies de termes per determinar quina visió de l'arqueòleg i l'arqueologia ens proporcionen els mitjans tractats.

Seguidament, al marc teòric, es farà un recull de les teories existents i predominants de l'objecte d'estudi. Es tractarà la teoria de l'Agenda Setting, les dues corrents de la Sociologia de la Producció de les Notícies (SPN): *Gatekeeping* i *Newsmaking* i els criteris de noticiabilitat periodística. D'altra banda, es mencionaran els indicadors de qualitat, ètica i deontologia periodística i, finalment, una aproximació al extens món de l'arqueologia com a disciplina científica i el seu interès públic per la societat.

Pel que fa al treball de camp, es mostraran els resultats obtinguts provinents de l'anàlisi de les peces sobre arqueologia publicades per la Vanguardia, 20 minutos, el Mundo, el Periódico, el País i l'Ara.

2. Marc Teòric

2.1 La notícia

2.1.1 La notícia com a construcció social de la realitat

La base sobre la qual s'estructura aquest treball final de grau és l'estudi i anàlisi de la notícia. "Notícia és una representació social de la realitat quotidiana produïda institucionalment que es manifesta en la construcció d'un món possible" (Rodrigo, 2005:17). Rodrigo considera que la notícia es forma a partir de la selecció dels esdeveniments, mitjançant una institucionalització del rol dels *mass media* o mitjans de comunicació de masses, els quals tenen la legitimació per produir la realitat socialment rellevant.

Per tal d'analitzar posteriorment el contingut periodístic de les notícies sobre arqueologia, i tot i no ser el principal objectiu d'aquest treball, és corresponent mencionar les teories prèvies sobre com es seleccionen i destrien les notícies als mitjans de comunicació. Moltes entren cada dia a qualsevol diari del món, però no totes es publiquen, a causa d'un gran nombre de factors. Això pot suposar que la percepció i/o coneixement social sobre un determinat tema – com l'arqueologia- és modelat i creat pels mitjans.

2.1.1.1 La teoria de l'*Agenda Setting*

Entrem així, doncs, en el concepte de construcció social de la realitat per part dels mitjans de comunicació, a l'hora d'elaborar notícies, entre altres peces informatives i interpretatives. Trobem dos línies d'investigació preexistents en aquest camp. En primer lloc, la que, en el seu origen, tractava sobre la relació entre agenda mediàtica i agenda pública (McCombs i Shaw, 1972). En segon, lloc, la Sociologia de la Producció de les Notícies (SNP).

Fruit de la primera línia d'investigació va sorgir el concepte *Agenda Setting*, que es basava originàriament en la hipòtesis que els mitjans de comunicació "tenen la capacitat de seleccionar i destacar certs temes i ometre altres i, mitjançant aquest mecanisme, instal·lar els assumptes que són percebuts com a importants per la opinió pública" (Aruguete, 2009:12). Això, però, no seria establir el què ni el com ha de pensar

la gent, sinó aquells temes sobre els quals pensa, discuteix i es forma una opinió (McCombs i Shaw, 1972).

McCombs (2006:26) afirma que Walter Lippmann “és el pare intel·lectual de la idea que ara s’anomena, per abreviar, *Agenda Setting*”. Lippmann va teoritzar el concepte al primer capítol de la seva obra “la opinión pública”, de l’any 1922. En el capítol, que porta per títol “El mundo exterior y las imágenes en nuestra mente”, Lippmann considera que els mitjans connecten els esdeveniments que passen al món amb la imatge que té la gent d’aquests esdeveniments.

Com a pioner, Lippmann va dividir la funció dels mitjans en dos elements. D’una banda, en la definició del mapa cognitiu de la societat sobre la seva experiència en el món que viuen, inabordable, fora del seu abast, de la seva vista i de la seva ment (Lippmann, 1922). I, de l’altre, allò que la gent creu com una veritat, que l’hi transmet el mitjà, és en definitiva un “pseudo-ambient”, independent de la realitat dels fets que passen cada dia al món. Per Aruguete (2009), Bernard Cohen és, juntament amb Lippmann, un referent clau, i més immediat, en l’establiment de les bases de la futura teoria de l’*Agenda Setting*. Considera que va saber aportar, a principi dels anys 60, diferències rellevants amb tot el que s’havia publicat abans.

A la dècada dels anys 70, McCombs i Shaw (1972) van evidenciar al seu estudi de cas que els mitjans de comunicació tenen un impacte considerable, especialment en instal·lar en la mentalitat de les persones els temes que després, aquestes mateixes, enumeren com a importants. Aruguete (2009:21) considera que McCombs i Shaw en el seu treball van descobrir que “com a conseqüència del rol social dels mitjans de comunicació, la gent és conscient o ignora, atent o descuida, emfatitza o passa per alt elements dels escenaris públics”.

Posteriorment, la teoria de l’*Agenda Setting* va evolucionar cap a un segon nivell d’anàlisi, anomenat agenda d’atributs, més centrat en els aspectes i característiques que descriuen totes les persones, objectes i fets:

La cobertura mediàtica d’aquests atributs es centrarà en emfatitzar alguns, proporcionar menys atenció a d’altres, i no donar cap mena d’interès als demés. Aquesta selecció i

rellevància mediàtica de certs aspectes dels objectes influeix poderosament en la percepció pública d'aquests temes. (Aruguete 2009:27)

La rellevància dels mitjans de comunicació la trobem quan consideren si un tema mereix ser publicat o no:

El paper com a fixadors de l'agenda que tenen els mitjans informatius consisteix en la seva influència sobre la rellevància d'un tema: és a dir, sobre si un número important de persones pensa que val la pena tenir una opinió del tema en qüestió. Tot i que hi ha molts temes que competeixen per l'atenció pública, només uns quants tenen èxit, i els mitjans informatius exerceixen una gran influència sobre la nostra percepció de quins són els temes més importants del dia. (McCombs, 2006:25)

La definició d'*Agenda Setting* ha anat evolucionant, considerant-se actualment com la transferència de rellevància d'una agenda cap a una altra (McCombs, 2010). És possible que l'arqueologia, tot i la seva importància en el coneixement del passat, no gaudeixi d'aquesta atenció pública a l'agenda mediàtica dels mitjans. Aquest "mirar cap a una altra banda" és quelcom rutinari, i no pas una voluntat perniciosa de marginar certs temes:

No estem parlant d'una influència deliberada i premeditada, com la que es desprèn de l'expressió [tenir una agenda], sinó més aviat del resultat no buscat d'aquesta necessitat dels mitjans informatius de seleccionar i destacar un grapat de qüestions com les notícies més rellevants del moment. (McCombs, 2006:25)

En el context que en descriu McCombs, pren molta rellevància la figura del periodista no només com a redactor de notícies, si no com a actor en la construcció social de la realitat (Berger i Luckmann, 1968). Donada aquesta influència dels periodistes, la seva mirada és important a l'hora de valorar la situació actual de l'arqueologia a la premsa estatal i catalana.

2.1.1.2 La Sociologia de la Producció de les Notícies (SPN)

El processos rutinaris que integren els mitjans de comunicació poden ser determinants a l'hora d'escollir quines notícies sobre arqueologia es publiquen. En conseqüència, és interessant aprofundir en els conceptes *Gatekeeping* i *Newsmaking*, per tenir un punt de vista global del procés que segueixen els diaris en premsa escrita que posteriorment s'analitzaran. A Gran Bretanya i els Estats Units és recurrent l'ús de la Sociologia de la Producció de les Notícies (SPN) per determinar l'impacte que tenen el conjunt de processos rutinaris en el mètode de recopilació d'informació, i la seva interpretació i elaboració. En canvi, és una vessant teòrica molt poc utilitzada a Espanya i Llatinoamèrica (Lozano, 2007).

Mark Fishman, amb la publicació el 1980 de *Manufacturing the News*, és el pioner en l'estudi d'un terme ampli denominat en el seu origen com a *sociologia de la producció de notícies* (Acosta, 2013). Fishman va determinar que allò que presenten els diaris és una construcció social de la realitat:

Per sostenir aquest descobriment [Fishman] va utilitzar la metodologia de l'acció participant, al seguir les rutines d'un editor, que posteriorment assignava tasques i recursos tècnics als reporters d'un canal de televisió, així com a través de la seva pròpia rutina (o feina) com a reporter d'un diari [...] Un altre aspecte que queda clar de la seva obra es que no percep la notícia com un mirall o reflex de la realitat. A més, va determinar que per poder comprendre els assumptes públics és necessari l'estudi dels processos mitjançant els quals es desenvolupen les rutines de producció de la notícia. (Acosta, 2013:67)

D'altra banda, és prou conegut que els periodistes han d'intentar respondre les 5W (en anglès), és a dir, *què, qui, com, quan, per què*. Per Acosta (2013:68-69) aquestes preguntes es repeteixen en el dia a dia, durant el procés de construcció de la notícia. Considera que tenir les 5W com a principi inamovible denota l'existència d'uns processos preestablerts, en la construcció de la realitat que després es presenta als receptors. El concepte *Newsmaking*, doncs, sorgeix d'aquí, de l'interès i estudi de com es duen a terme les rutines de producció periodística, i de com es construeix la notícia.

Un cop vistos els inicis del què entenem avui en dia per a *Newsmaking*, una definició apropiada del concepte seria la següent:

(el newsmaking) es centra en com es desenvolupa l'activitat periodística, és a dir, s'encarrega de l'observació dels processos rutinaris de producció de la notícia, oferint una eina objectiva per analitzar el paper dels emissors i de les fonts d'informació durant la construcció de sentits en el text periodístic. (Acosta, 2013:65)

Relatiu als estudis sobre *Newsmaking* a nivell europeu, Van Dijk (1996:250) considera el discurs dels mitjans i la notícia com una "forma particular de pràctica social i institucional". Divideix l'estudi de la notícia en un component textual i un component contextual. El seu treball es centra en "les maneres en que els fabricants de la notícia i els lectors representen efectivament els esdeveniments informatius, escriuen o llegeixen els texts periodístics, processen diferents textos o participen en els fets de comunicació" (1996:250).

Van Dijk justifica aquest enfocament reivindicant la necessitat d'analitzar amb profunditat les estructures textuales i del processament cognitiu, és a dir, les referents a "factors cognitius i socials, les condicions, els límits o les conseqüències de les estructures socials i, indirectament, el seu context econòmic, cultural i històric" (1996).

Considera que, si no es tracten amb profunditat les estructures textuales i del processament cognitiu, no podem explicar com es fa realment la notícia, a que responen les seves estructures, o que fan els lectors amb aquella informació que obtenen d'un diari:

Si només estudiéssim als periodistes com a actors socials que tracten amb altres actors socials o amb institucions, únicament obtindríem un quadre de les macroestructures o microestructures socials de la fabricació de la notícia, però ignorariem l'altre aspecte d'aquestes pràctiques socials: de quina manera els fabricants de la notícia comprenen realment allò que està passant, i com aquestes comprensions donen finalment forma als textos periodístics que ells produeixen. (Van Dijk, 1996:251)

El fet que els fabricants de les notícies, els periodistes, compreguin allò que estan escrivint, tal i com diu Van Dijk, és d'importància per l'objecte d'estudi del present treball. Una major comprensió de l'arqueologia i la història en general permetrà millorar el tractament periodístic. La comprensió sorgeix de la col·laboració entre arqueòleg i periodista. Els arqueòlegs, però, estan poc acostumats a utilitzar els reporters per difondre els resultats del seu treball (Lavín, Yañez, Lain, 1996).

Rodrigo (2005:14) divideix la construcció de la notícia en tres fases: la producció, la circulació y el consum, centrant-se en la fase de producció, que ell considera "la fase oculta de la construcció de la notícia" (2005). La notícia va íntimament lligada al concepte "actualitat". Rodrigo advoca per la desmitificació d'aquest terme, ja que per ell "actualitat" no pot referir-se a tot allò que succeeix cada dia al món, si no només als esdeveniments als quals tenen accés els coneguts com a mass media o mitjans de comunicació de masses.

Els antecedents del que avui coneixem com a SPN o *Newsmaking* els trobem en els estudis relatius als *guardabarreres*, *porters* o *gatekeepers* (Lozano, 2007). El *Gatekeeping* és un teoria de la psicologia desenvolupada per Kurt Lewin, psicòleg alemany nacionalitzat als Estats Units, publicada l'any 1947, que tracta la selecció de la informació i el control d'accés (Loo, Gámez, Lamarque, Domínguez, Haber, 2016:2). L'any 1950 el concepte *Gatekeeping* va ser recollit i publicat per David Manning White en un article periodístic.

White considera que en les cadenes de comunicació –per on es difonen les notícies– hi ha diversos *gatekeeper*, guardabarreres o seleccionadors (Rodrigo, 1993). Al seu estudi de l'any 1950, White fa un total de 56 anotacions sobre el rebuig a les notícies per part dels *gatekeepers*, dividint-ho en dues categories (Rodrigo, 1993:118):

- Rebuig per no merèixer ser tinguda en compte
- Rebuig per elecció entre diverses notícies del mateix esdeveniment

Aquesta etapa dels estudis del *gatekeeper* "té la particularitat de ser constituïda per aportacions de caire anecdòtic, estructurades des de la experiència individual i l'estudi de casos" (Arrueta, 2010:7). Les crítiques que rep aquest model és considerar els elements que inclouen la selecció de la notícia com un fet aïllat i independent entre si:

La principal [crítica] que se li podria fer és que el procediment de selecció i l'elaboració de notícies no han de ser considerades com fases aïllades, sinó com el resultat de la interacció de diversos actors: las fonts informatives, el públic i el periodista com a membre d'una organització que imposa una modalitat de producció. (Rodrigo, 1993:119)

Seguint aquesta línia, Retegui (2017:105) considera que en la teoria del *Gatekeeping* “la rutinització s’associa més amb l’elecció que fan els periodistes que amb biaixos organitzacionals; és a dir, els processos de treball i les rutines productives es relacionen amb l’elecció individual, amb la creativitat de l’editor en un escenari de tensió o amb les economies dels temps”.

Durant la dècada dels anys setanta i vuitanta, es van seguir fent més estudis sobre els *gatekeepers*. El model, però, ha sigut posat en dubte en diverses ocasions. Per McQuail i Windahl (1984:186-187) té les següents imprecisions:

- El model no té en consideració els factors organitzatius que limiten i dirigeixen el procés, i tendeix més aviat a interpretacions personalistes.
- El model suggereix que només hi ha una “àrea principal de pas obligatori”.
- El model implica una activitat més aviat passiva en allò que es refereix a la circulació de les notícies: dona la impressió que hi ha una circulació continua i lliure d’un gran nombre de notícies, del que únicament s’utilitzarà una part, en conformitat amb les pretensions d’un diari determinat.

López (1995) analitza la feina als mitjans de comunicació dels *gatekeeper*, les persones encarregades de decidir si deixen passar o bloquegen una determinada informació. En el seu treball de camp, va analitzar una jornada de 24 hores al diari el País, per tal de saber com és el procés d’elaboració periodística que precedeix la publicació d’una peça. López considera que s’ha de deixar total llibertat al periodista, per tal que pugui fer i desfer, construint al seu gust la notícia a la qual es dedica.

En l’actualitat, amb la irrupció de les xarxes socials al món comunicatiu, “han sorgit nous conceptes com ara *Gatewatcher*, *Social Media*, o *Content Curator*, que mantenen, pràcticament inamovibles, els principis fundacionals del terme

gatekeeping, que va sorgir poc després de la Segona Guerra Mundial” (Loo, Gámez, Lamarque, Domínguez, Haber, 2016:1).

Si la notícia és una construcció social, tal i com han constatat els sociòlegs de la teoria de la construcció de les notícies, llavors implica que està construïda per persones, sent les redaccions dels mitjans i altres actors, qui determinen què es noticiable i què no:

Per tal que un esdeveniment es converteixi en notícia, ha de passar per una “cadena de muntatge” que inclou la intervenció d’una sèrie de criteris i rutines de producció que poden estar definits pel següent: les característiques atribuïdes al esdeveniment o assumpte; la qualitat i disponibilitat de la informació; els formats tècnics dels mitjans; les percepcions i creences del propi periodista; els valors professionals compartits; els interessos editorials del mitjà; les visions o precisions de les fonts d’informació i, en última instància, per una barreja de tots aquests i altres factors polítics, econòmics i culturals. (Robledo i Esparza, 2014:204)

2.1.2 Els criteris de noticiabilitat periodística

Els criteris de noticiabilitat periodística són un conjunt de factors que ens ajuden a entendre perquè algunes notícies es publiquen i altres no. Són d’interès per al present objecte d’estudi ja que es tenen en compte, en el món periodístic, per determinar quina notícia es publica al diari. Serà interessant veure si l’arqueologia pot tenir noticiabilitat periodística en el dia a dia, o en canvi és només tinguda en compte pels grans descobriments amb forta càrrega mediàtica.

Pel professor i sociòleg Mauro Wolf, la noticiabilitat és un instrument a través del qual “els aparells d’informació aborden la feina d’escollir quotidianament, entre un número imprevisible i indefinible d’esdeveniments, una quantitat finita i tendencialment estable de notícies” (Wolf, 1987:42). Casero (2008:193) considera: “la noticiabilitat consisteix en una sèrie de criteris, valors, recursos i estratègies de producció informativa, que determinen si un fet es mereixedor de convertir-se en notícia o no.”

Tenint en compte els principals estudis publicats sobre noticiabilitat, “es poden distingir dos tipus de criteris que es complementen entre si per dur a terme el procés d’elecció de continguts informatius: els criteris periodístics i els extraperiodístics” Ortells-Badenes (2014:209). En quant als periodístics, els més rellevants són els següents:

a) la novetat, b) l’impacte i la transcendència social, c) el conflicte, d) l’interès humà, e) la notorietat, f) la proximitat, g) la dimensió del fet, h) la raresa, i) la idea de progrés i utilitat de la informació, j) la qualitat del material audiovisual, k) l’accessibilitat, l) la continuïtat del fet, i m) l’equilibri temàtic. (Ortells-Badenes, 2014:209)

En quant als criteris extraperiodístics, són aquells relacionats amb la pròpia idiosincràsia del mitjà:

Es tracta de qüestions que condicionen la selecció informativa, no pel seu contingut, sinó per les limitacions o condicionants que posseeix el propi mitjà. Les més destacables són: a) l’observació de la competència, b) l’anàlisi del seu públic objectiu, c) la línia editorial, d) els factors econòmics i e) les limitacions relacionades amb els recursos tècnics del mitjà. (Ortells-Badenes, 2014:209)

Rodrigo (2005:16) ens recorda que la morfologia dels *mass media* exigeix destacar uns assumptes en portada, els quals tindran, posteriorment, una repercussió mediàtica favorable pel mitjà. Afirma que el periodista s’haurà de plantejar si aconseguirà atraure l’atenció de l’audiència. Considera que no només és necessari que el tema sigui valorat com a important pel periodista, si no que ha d’estar en sintonia amb el que el públic pugui arribar a considerar, tanmateix, important.

Per Gomis (1991:16) la imatge periodística de la realitat s’ha convertit en la referència general del present social que ens envolta. Considera que els mitjans no poden ser un mirall, perquè el mirall es limita simplement a reflectir el que té davant, en canvi, els responsables de la premsa que llegim cada dia, han de prendre decisions, seguir una determinada política, lluitar contra la falta de temps, les distraccions dels col·laboradors i la limitació de recursos.

2.1.3 La notícia com a text informatiu

La notícia està considerada un dels quatre gèneres informatius juntament amb el reportatge objectiu, l'entrevista objectiva i la documentació (Bernabeu Morón, 2012). Convé destacar les característiques que ha de tenir un text informatiu, per tal de discernir, en l'anàlisi posterior, possibles faltes al codi deontològic periodístic.¹ Per Grijelmo (1997:64): "són informatius els textos que transmeten dades i fets concrets d'interès pel públic, ja siguin nous o coneguts amb anterioritat". Tot i això, Nuñez (1995:21) afirma que la producció periodística no és "ni exclusivament ni principalment informativa".

Chillón i Bernal (1985:13) afirmen: "cap missatge informatiu pot ser objectiu, apolític, imparcial, neutral i independent, perquè el seu emissor, quan selecciona les dades informatives, discrimina, ordena, manipula i fins i tot interpreta la realitat que pretén comunicar".

Seguint aquesta tendència, Rodrigo (2005:11-12) afegeix: "l'efectivitat del discurs periodístic està en fer saber (informar), però els mitjans també poden fer creure alguna cosa (persuadir), incitar a alguna cosa (manipular) i fer sentir alguna cosa (emocionar)". Considera que el discurs informatiu periodístic consisteix en proposar un contracte pragmàtic fiduciari, segons el qual els mitjans de comunicació ens pretenen fer creure que allò que ens expliquen és veritat.

Planteja que, per tal que els receptors es puguin creure el missatge, es fan aparèixer en el discurs informatiu les fonts que el periodista ha consultat, utilitzant cometes per recollir declaracions literals, i facilitant moltes dades de manera que no es pugui dubtar que allò que s'afirma és veritat.

2.2 La qualitat periodística

El concepte "qualitat periodística" no té una definició estandarditzada, atès el nombre d'acadèmics que l'han tractat. Bernardo (2013:240) ens parla de la complexitat de definir el terme "qualitat periodística". Per delimitar-ho, considera que aquesta té a

¹ Codi Deontològic aprovat per la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) (1993, actualitzat el 2017)

veure amb un conjunt de factors, com son la responsabilitat dels periodistes en el seu comportament i accions professionals, i la selecció, ús i tractament de les fonts. També inclou la voluntat del propietari del mitjà per prioritzar els interessos de qualitat per sobre dels econòmics i mercantils, així com la valoració que es fa de tots aquests aspectes per part dels receptors del missatge, els consumidors.

Seguint la línia d'argumentació, O'Donnell i McKnight (2012:40) afirmen: "El terme periodisme de qualitat és difícil de definir i no està universalment acceptat; per alguns es tracta d'un codi de resistència davant de qualsevol canvi, altres el contemplen com la clau per desbloquejar el periodisme".

Degut a la seva centralitat i la seva capacitat per condicionar el resultat final d'una notícia, les fonts estan vinculades directament amb la qualitat informativa (Gutiérrez Coba, 2006, citat per Casero i López-Rabadan, 2013:81).

Per tal de poder discernir posteriorment la qualitat periodística de les notícies sobre arqueologia, és necessari establir uns criteris per valorar-ho de forma tangible. Acadèmicament Casero i López-Rabadan (2013) van establir al seu treball² un conjunt d'indicadors que permeten valorar la qualitat periodística d'una notícia, mitjançant l'anàlisi de dos nivells interconnectats: l'intern i l'extern.

Indicadors interns	Indicadors externs
1. Estatus professional	1. Credibilitat
2. Verificació	2. Influència
3. Transparència	3. Pluralisme
4. Rellevància	4. Participació
5. Reducció de la incertesa	

Figura 1: Indicadors de qualitat vinculats a la gestió de les fonts. Font: Elaboració pròpia en base a Casero i López-Rabadan (2013)

² Aquest treball s'inclou dins de les activitats del projecte d'investigació *Periodismo y fuentes de información política en España: relaciones y dinámicas comunicativas* (CSO2010-163313), dirigit, com a investigador principal, per Andreu Casero Ripollés (Universitat Jaume I), i finançat pel Ministerio de Ciencia e Innovación (MICINN) (Plan Nacional I+D+i 2008-2011). Aquest treball està inserit al llibre *La calidad periodística: Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales* (2013). Com que he extret la informació únicament del llibre mencionat, citaré Casero i López amb l'any corresponent a la publicació del llibre, és a dir, el 2013.

En primer lloc, el nivell intern “fa referència a aquells aspectes que tenen a veure directament amb el procés de producció de la informació periodística. La gestió de les fonts pot introduir criteris d'excel·lència en l'elaboració de les notícies en diversos fronts” (Casero i López-Rabadan, 2013:81). Dintre d'aquest nivell intern relacionat amb la producció dels mitjans pròpiament dita, hi trobem un total de cinc indicadors interns (figura 1):

- Estatus professional: fa referència a la capacitat del periodista per disposar de la màxima varietat de fonts possible, fet que suposa un increment de prestigi i reputació professional.
- Verificació: referent a tenir en compte diverses versions d'una mateixa informació periodística: “El contrast es converteix en un element clau per determinar la qualitat d'un producte periodístic, ja que estableix la veracitat d'una informació. El número de fonts diferents utilitzades en una notícia constitueix un patró per comprovar la incidència d'aquest criteri” (Casero i López Rabadan, 2013:81).
- Transparència: Aquest criteri té a veure amb el sistema d'atribució i citació de les fonts en una peça periodística. Casero i López-Rabadan (2013:81) estableixen tres tipus diferents de fonts, per poder-ho quantificar posteriorment: a) atribució plena i correcta, on s'identifica amb tota claredat qui ha proporcionat la informació; b) atribució parcial o reservada, en la qual “es presenta la font de forma genèrica ometent aspectes que permeten que sigui reconeguda (2013:81) i c) oculta, quan no es proporciona ni s'atribueix a ningú aquella informació publicada al mitjà. En termes generals, una major transparència es tradueix en una major qualitat periodística, exceptuant els casos d'una informació filtrada en el qual es vol protegir la identitat de la font. Els autors del treball estableixen que això es dona en casos excepcionals, i conclouen que “un elevat nombre de fonts sense atribuir ni identificar revela una escassa qualitat informativa” (2013:81).
- Rellevància: és a dir, la qualificació, reputació i prestigi de les fonts a les quals el periodista té accés. Aquestes són essencialment els experts que proporcionen informació sobre una matèria en concret.

- Reducció de la incertesa: fa referència a la rapidesa que té el reporter d'aconseguir accedir a les seves fonts, un fet important quan es produeixen notícies d'última hora no previstes que s'han de contrastar.

En segon lloc, en el nivell extern “podem detectar un conjunt d'indicadors de qualitat [...] associats a la gestió de fonts. Aquests estan interconnectats amb els anteriors [interns], ja que deriven del procés de producció periodística, però es centren en els efectes que provoca la informació. En concret, es tracta de criteris relatius a les propietats de les notícies i la seva incidència política i social” (Casero i López-Rabadan, 2013:83). Aquí hi trobem quatre indicadors externs (figura 1):

- Credibilitat: una mala praxis en la utilització de les fonts o una escassetat d'aquestes suposarà una reducció de la qualitat periodística, i, en conseqüència, una pèrdua de la credibilitat del mitjà.
- Influència: aquest segon indicador extern de qualitat està lligat amb l'anterior, ja que una major credibilitat suposarà una major influència: “la confiança del públic sobre el mitjà periodístic s'incrementa. D'aquesta manera, aquest va adquirint una posició de referència en el panorama comunicatiu” (2013:83).
- Pluralisme: incideix i reafirma la varietat de fonts presents en un relat periodístic: “quant més visions i interessos diferents s'expressin a les notícies, utilitzant una major diversitat d'actors socials com a fonts, major pluralisme social reflectiran les notícies” (2013:83).
- Participació: fa referència a l'aprofitament de la tecnologia com a recurs per accedir a una major quantitat de fonts potencials: “la web 2.0 i les xarxes socials possibiliten que qualsevol persona pugui no només consumir informació, si no també produir-la i difondre-la” (Casero i López-Rabadan, 2013:84). Potenciar la participació de la ciutadania i la societat civil també haurà de ser valorat com un criteri de qualitat periodística, ja que fomenta la seva participació i implicació (2013:84).

Molt relacionat amb la qualitat periodística hi trobem la deontologia periodística. El codi deontològic de referència pels periodistes és el *Código Deontológico de la Profesión Periodística* de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España

(FAPE), aprovat en Assemblea Ordinària el 27 de novembre de 1993 i actualitzat l'any 2017. L'article 13, apartat a) d'aquest codi ens recorda que "s'hauran de justificar les informacions que es difonen, fet que inclou el deure de contrastar les fonts i el de donar la oportunitat a la persona afectada d'oferir la seva pròpia versió dels fets". El tractament periodístic de qualitat dels continguts científics, com són els aportats per l'arqueologia, està en funció directe amb el component deontològic d'exercici del periodisme (Meneses, 2004:364).

González-Gorosarri (2011:30) recull la terminologia associada a la qualitat periodística que s'ha imposat a través de tots els estudis fets sobre la matèria. La delimita en tres termes: qualitat del periodisme (*journalistic quality*), qualitat del contingut de les notícies (*news content quality*) i qualitat de les notícies (*news quality*). En aquest treball final de grau s'utilitzarà el terme "qualitat de les notícies" o *news quality*, ja que, és el terme més integrador i, a més, l'utilitzat en altres estudis de rellevància que comparen la qualitat de les notícies de diferents mitjans (Ramírez, Gorosarri, Aiestaran, Zabalondo, Agirre, 2014).

2.3 L'ètica en la comunicació social de la ciència

En aquest apartat s'ha de mencionar la Doctrina de l'Ètica compartida o integral, que té una visió més global de la responsabilitat social del periodisme:

Els teòrics del periodisme han fet bascular la Teoria de la Responsabilitat Social de la Premsa cap a la Doctrina de la Ètica Compartida o Integral [...] S'ha passat de depositar la responsabilitat de l'acte informatiu en la premsa, i les empreses periodístiques, a reconèixer la quota de responsabilitat que té cada un dels actors participants en la comunicació social: empreses de comunicació, periodistes, fonts, lectors, teleespectadors, radio oients, usuaris d'Internet, associacions de consumidors de mitjans de comunicació i fonts primàries expertes. (Meneses, 2004:364)

Referent a l'objecte d'estudi d'aquest treball, el periodisme arqueològic és un subgènere del periodisme científic que tracta de divulgar aspectes de l'arqueologia

com una ciència més.³ A l'hora de divulgar els avenços sobre el patrimoni arqueològic i, més generalment, del món científic, són necessàries un conjunt de pautes ètiques per assegurar que allò que es publica es veraç i lliure de pressions externes.

Per Maciá-Barber (2013:803) l'ètica de la comunicació social de la ciència té la seva base en cinc premisses o principis: veracitat informativa, imparcialitat interpretativa, defensa de la llibertat d'informació, fidelitat a l'empresa i voluntat de servei al sector especialitzat. Maciá-Barber (2013:804) ens recorda que els referents en quant a ètica periodística a nivell estatal són, en primer terme, el codi ètic i deontològic del periodista especialitzat i tècnic (Associació Iberoamericana de Periodistes Especialitzats i Tècnics) (1994). En segon terme, les recomanacions sobre la comunicació social de la ciència i la tecnologia del Consell Audiovisual d'Andalusia (2007).

En base aquests dos codis referents, i per poder fer posteriorment una valoració en un sentit o un altre sobre la feina realitzada pels mitjans que analitzaré, és necessari establir les pautes ètiques que cobreixen l'exercici de la comunicació social de la ciència, que inclou l'arqueologia:

- a) Emprar procediments dignes per l'obtenció d'informació. Evitar el perjudici a tercers i respectar la integritat de les persones i entitats.
- b) Citar expressament la font informativa. Facilitar sempre totes les versions, a excepció que la font declini oferir-la o no es pugui consultar, circumstància que sempre s'indicarà. No tenen cabuda els judicis o conclusions precipitades sense el degut contrast. Respectar la confidencialitat de les fonts, excepte en el supòsit de manifesta falsedat o manipulació.
- c) L'exquisit compliment de l'obligació de rectificar la informació falsa o incorrecte.
- d) La distinció inequívoca entre informació i opinió, evitant en especial la confusió entre els fets i les conjectures, que

³ Villarubia, P. (2006). *Periodismo arqueológico: Una realidad incipiente*. <https://villarrubia.wordpress.com/tesis/>

juntament amb els rumors han de ser descartats. Tot contingut promocional o publicitari es diferenciarà inequívocament del informatiu.

e) Potenciar i assegurar l'especialització científica, per gaudir de la profunditat i el rigor necessaris en les interpretacions dels fets i els continguts dels missatges.

f) Mantenir la independència dels interessos empresarials, comercials o econòmics, del sector o especialitat en el qual es desenvolupa la seva activitat professional, o de les seves indústries auxiliars o connexes, especialment les contrapartides a canvi d'inserció de publicitat. En cas contrari, aquests interessos han de ser aprovats per l'empresa periodística i ser coneguts pel públic objectiu del mitjà. Es distingirà amb claredat la informació elaborada per empreses, institucions i gabinets de comunicació.

g) Totes les invitacions a convocatòries, viatges, presentacions i actes socials han de tenir com a destinatari el mitjà, que designarà el periodista per cobrir-ho. Han de renunciar a les retribucions, gratificacions i regals el valor dels quals excedeixi la mera cortesia, i que tinguin com a finalitat pagar, fomentar, orientar o influir en la tasca de l'informador. (Maciá-Barber, 2013:804)

Aquests set punts seran tinguts en compte en cada una de les peces en premsa escrita sobre arqueologia que analitzaré, corresponents a la Vanguardia, 20 minutos, el Mundo, el Periódico, el País i l'Ara.

2.4 L'arqueologia

2.4.1 Els inicis de l'arqueologia

En primer lloc, convé aclarir què entenem per arqueologia:

L'arqueologia, com a ciència social que és, estudia i interpreta les societats antigues, a la llum de les formes de vida actuals. La persona que es dedica a l'arqueologia és com un detectiu que

investiga fets passats, a partir d'un conjunt de pistes que va reunint i construint per mitjà de formes i maneres científiques, les quals, basant-se en la tecnologia contemporània, li permet apropar-se a aquestes formes de ésser i comportar-se antigament. Es tracta de conèixer sobre persones, no coses; sobre sentiments i no ossos. (Arias i Chávez, 1999:57)

Segons el Diccionari de l'Institut d'Estudis Catalans, l'arqueologia és la "ciència que estudia la història de la humanitat a partir de les restes materials que aquesta ens ha deixat". En conseqüència, és aquella disciplina que ens ajuda a comprendre el passat i la història que ens ha precedit: "L'arqueologia és necessària per comprendre la història i aquesta ens dona el coneixement per afrontar l'actualitat. Per tant, hem de tractar d'incentivar en el públic general l'interès pel coneixement arqueològic" (López de Heredia, 2010:118).

En quant als inicis de l'arqueologia com a ciència social, Bahn i Renfrew (2012:42) fan un anàlisi concís d'una matèria tan àmplia com és aquesta disciplina. Situen l'origen de l'arqueologia moderna al segle XIX, destacant que moltes de les civilitzacions antigues es van descobrir per primer cop a la dècada de 1880. A partir d'aquí, els autors destaquen l'inici d'un període llarg de consolidació i millora dels mètodes de treball de camp i excavació.

Després de la Segona Guerra Mundial, per Bahn i Renfrew (2012:42) es va produir una acceleració, amb noves tècniques científiques que van permetre datar, per exemple, fets prehistòrics. A les dècades del 1970 i 1980 sorgeix l'anomenada "Nova Arqueologia", que va "començar a plantejar preguntes, no només relatives a quines coses van passar i quan, si no perquè van passar, en un intent d'explicar els processos de canvi" (Bahn i Renfrew, 2012:42).

2.4.2 L'interès públic de l'arqueologia

L'arqueologia és acceptada en el món acadèmic com una ciència social. Segons el Diccionari Etimològic Espanyol (DEEL) la paraula social prové del llatí *socialis*, que significa "pertanyent a una comunitat de persones". La Real Academia Espanyola (RAE) defineix la paraula "social" com a quelcom "que pertany o relatiu a la societat".

Per tant, basant-se només en les definicions, es podria asseverar que la arqueologia és una ciència que pertany a una comunitat de persones i/o a la societat.

L'arqueologia no ha de contribuir exclusivament a la preservació de la evidència material, sinó també a la presa de consciència sobre la pròpia història:

L'arqueologia pot i ha de contribuir [...] ja que aquesta disciplina no és l'estudi d'allò mort, d'allò inexistent, ans el contrari, l'experiència acumulada durant segles és, sense cap mena de dubte, de gran importància pel present i futur. Conèixer i estudiar les societats antigues significa omplir aquest espai històric que ens ha precedit, és, doncs, completar la història. (Arias i Chávez, 1999:62)

L'arqueologia té l'interès públic de connectar-nos amb allò que ens ha precedit: "La passió pel passat, els grans esdeveniments de la humanitat, com les guerres, creacions d'imperis i societats, són alguns dels aspectes, que, a grans trets, atrauen al ciutadà. Això li permet comparar la seva posició actual amb relació al passat i treure les seves pròpies conclusions".⁴ Per tal d'aconseguir una divulgació eficient de l'arqueologia, és necessari el rigor en els continguts que es publiquen, així com la capacitat d'atracció i de generar interès de manera amena (Ruiz Zapatero, 2009:13).

És rellevant tenir en compte el punt de vista dels arqueòlegs sobre l'interès públic de la seva professió i l'estudi del passat a la nostra societat. Consideren que tota la seva feina "cobra sentit real quan contribueix a que les persones s'apropiïn d'aquest passat, i reafirmen la profunditat històrica i cultural del lloc on viuen" (Bonomo, Prates, Madrid, Di Prado, León, Angrizani, Pedersoli i Bagaloni, 2010:28).

2.5 Estat de la qüestió

En primer lloc, cal destacar que periodisme i arqueologia, amb les seves evidents diferències, no són dos oficis radicalment diferents:

Both archaeologists and journalists work on hunches, back them up with evidence and construct a narrative. Both have to tell a

⁴ Villarubia, P. (2006). *Periodismo arqueológico: Una realidad incipiente*. <https://villarrubia.wordpress.com/tesis/>

story, and it has to be accurate. The difference is that one tells it in minutes, weeks at the most. The other tells it over months, years, even careers (Finn, 2013:267)

“En la societat contemporània, amb l’adveniment del nou paradigma de la informació i la comunicació, el lloc per excel·lència on *allò públic* pren forma i es fa visible son els mitjans de comunicació” (Conforti i Endere, 2012:165). En aquesta situació, l’arqueologia es troba dificultats per aconseguir rellevància pública. Sovint els mitjans tenen altres temes que consideren més importants a destacar, limitant les notícies sobre arqueologia a únicament els grans descobriments mediàtics, com podria ser, per exemple, l’origen de la humanitat.

Holtorf (2007) considera que la gent aprèn sobre arqueologia principalment per la informació que apareix cada dia als mitjans. Existeix un vincle entre arqueologia i identitat:

Les investigacions (sobre arqueologia) son d’interès general i posseeixen repercussions públiques reals (financiació, contractació, generació de recursos...), però, principalment, comporten relació i vinculació de la ciutadania amb el seu patrimoni, com a reafirmació de la identitat i la territorialitat (Macià Barber, 2013:801).

Els orígens de l’estudi sobre les relacions entre arqueologia i societat és bastant recent. El 1972 Charles McGimsey publica el llibre “Public Archaeology”. Va ser el primer cop que es va utilitzar aquest terme, que s’ha anat desenvolupant i que, actualment, és una disciplina més de l’arqueologia. Una de les seves branques d’investigació és com es veu representada – l’arqueologia - als mitjans de comunicació (Ascherson, 2000).

Una definició acceptada d’arqueologia pública seria la següent:

Si la arqueologia tracta de crear un coneixement nou de de l’estudi de les restes materials de societats passades, l’Arqueologia Pública estudia totes les relacions entre aquesta arqueologia i la societat contemporània, amb la voluntat de

millorar la coexistència entre tots dos i aconseguir una entesa generalitzada del valor i ús de l'arqueologia (Almansa, 2011:90).

En quant al periodista, Maciá-Barber (2020:199) li recorda la importància de conèixer la tipologia i l'ús de les fonts informatives, com a element clau per poder determinar la qualitat dels missatges que tracten sobre arqueologia a la premsa. L'Arqueologia Pública es consolida en el context de buscar solucions sobre com comunicar la ciència a la població:

Es demana per la ciutadania un tractament periodístic més ampli i de més qualitat al voltant de l'arqueologia com a ciència, allunyant-la d'un indesitjable tractament sensacionalista – per exemple, els recurrents *còctels* d'arqueologia amb extraterrestres, drogues o sexe -, preocupant-se realment per la història profunda, pel precís relat dels fets contextualitzats (Maciá-Barber, 2020:198).

Que el lector es senti com a propi allò que llegeix és clau per tal que s'interessi cada cop més per les notícies sobre arqueologia:

La informació arqueològica que es publica a la premsa escrita (de venda en quioscs) ha de fer partícip al lector (membre del sistema social) dels descobriments arqueològics, dels èxits de l'arqueologia, sigui sobre el terreny de les excavacions, sigui en els laboratoris on es duen a terme els anàlisis de les mostres d'una excavació, per exemple.⁵

La col·laboració entre arqueòleg i periodista és essencial, tot i això, “no són els únics actors de la projecció social del patrimoni a través dels mitjans; altres són les Administracions Públiques amb competències, els seus tècnics i càrrecs polítics, les empreses d'arqueòlegs, paleontòlegs i geòlegs i inclús les empreses executores d'obres públiques i privades.” (Meneses, 2011:368)

⁵ Villarubia, P. (2006). *Periodismo arqueológico: Una realidad incipiente*. <https://villarrubia.wordpress.com/tesis/>

Abans de passar a les preguntes d'investigació del present treball, és interessant recordar els indicadors que es valoraran a les conclusions, per determinar la qualitat periodística de les peces tractades i, també, mencionar el que s'utilitzarà per determinar la imatge que ens proporcionen de l'arqueòleg i l'arqueologia la Vanguardia, 20 minutos, el Mundo, el Periódico, el País i l'Ara.

Indicadors interns per valorar la qualitat periodística de les peces
Verificació: referent a tenir en compte diverses versions d'una mateixa informació periodística.
Transparència: considera el sistema d'atribució i citació de les fonts en una peça periodística, dividint-ho en correctament identificades, parcialment identificades i ocultes.
Rellevància: qualificació, reputació i prestigi de les fonts a les quals el periodista té accés.
Indicadors externs per valorar la qualitat periodística de les peces
Credibilitat: la mala praxis en la utilització de les fonts o una escassetat d'aquestes suposarà una reducció de la qualitat periodística, i, en conseqüència, una pèrdua de la credibilitat del mitjà
Pluralisme: incideix i reafirma la varietat de fonts presents en un relat periodístic.

Font: elaboració pròpia en base a Casero i López-Rabadan (2013)

Per respondre la segona pregunta d'investigació s'utilitzarà una família de termes, comptabilitzant les paraules que més utilitzen els sis diaris en premsa escrita quan han de referir-se a l'arqueòleg l'arqueologia. Aquí es busca analitzar si tendeixen amb freqüència a l'estereotipatge o, per contra, fan un tractament periodístic amb rigor i potencien l'especialització científica.

2.6 Preguntes d'investigació

Un cop vist l'estat de la qüestió i els indicadors de qualitat periodística, considerem ara les preguntes d'investigació que serviran de base pel treball de camp, ajudant a analitzar la difusió informativa vinculada al món de l'arqueologia de La Vanguardia, 20 minutos, el Mundo, el Periódico, el País i l'Ara. Seran les següents:

- (PI1): Tenen qualitat periodística els missatges informatius sobre arqueologia dels mitjans analitzats?
- (PI2): Quina imatge ens proporcionen de l'arqueòleg i l'arqueologia els missatges informatius dels mitjans analitzats?

3. Metodologia

Per tal de determinar les característiques de la difusió informativa sobre l'arqueologia s'han recopilat un total de 190 peces periodístiques en premsa escrita d'un grup format per sis diaris generalistes catalans i espanyols: la Vanguardia; 20 minutos; el Mundo; el Periódico; el País i l'Ara. La selecció d'aquests es basa en un criteri de quota de mercat o audiència. Els sis periòdics representen el 38,27% del total de lectors diaris a Espanya, segons l'última onada de l'Estudio General de Medios (EGM), corresponent al primer trimestre de l'any 2020.

D'altra banda, s'ha buscat un equilibri geogràfic: La Vanguardia, el diari Ara i el Periódico tenen la seu i són editats a Barcelona, i 20 minutos, el País i el Mundo a la ciutat de Madrid. S'ha analitzat 20 minutos per tal d'incloure un diari de distribució gratuïta, fet que s'associa a una menor profunditat en les informacions periodístiques. També s'ha volgut incloure el diari Ara ja que és l'únic dels sis que es publica en paper exclusivament en català, i no té una versió dual com la Vanguardia i el Periódico.

Es tracta d'un treball amb orientació qualitativa, sense abordatge representatiu. En conseqüència, s'ha cercat la saturació de la mostra de les peces periodístiques analitzades. El període de temps durant el qual s'han recollit els missatges periodístics comprèn un any natural, des de l'1 de gener de 2019 fins l'1 de gener de 2020. Ha estat descartat analitzar el mateix nombre de peces per cada diari, ja que alguns tenien un volum d'informacions sobre arqueologia publicades durant el 2019 molt més elevat que altres.

Per la recopilació de missatges periodístics s'ha utilitzat la base de dades *My News*, de la pàgina web de la biblioteca de la Universitat Autònoma de Barcelona. El criteri de selecció de notícies a *My News* s'ha fet mitjançant la cerca amb operadors

booleans, buscant peces que continguin una o més de les paraules següents: “arqueología” OR “paleontología” OR “yacimiento” OR “arqueólogo” OR “prehistoria” per la Vanguardia, el Periódico, el Mundo, el País i 20 minutos i “arqueologia” OR “paleontologia” OR “yaciment” OR “arqueòleg” OR “prehistòria” pel diari Ara, al ser un periòdic la premsa escrita del qual es publica exclusivament en català. Per l’elaboració i classificació dels gràfics del treball de camp s’ha utilitzat el programa Microsoft Excel.

Formen part de la mostra les informacions que tracten sobre museus i exposicions vinculades a l’arqueologia, per ser d’interès públic i útils per l’objecte d’estudi del present treball. En canvi, s’han descartat els breus de tres o quatre línies catalogats com a “agenda” que es limiten a informar de l’obertura d’una exposició, sense anar més enllà.

Per tal de respondre a la primera pregunta d’investigació (PI1) han estat plantejades quatre variables: a) anàlisi de les fonts informatives; número total, tipus d’identificació i tipologia, b) valoració periodística; ús de gèneres (informatius o interpretatius), c) anàlisi del text i construcció de la notícia; paraules escollides, ús d’adjectius, verbs i adverbis i tipologia del titular i d) deontologia professional; faltes a les pautes ètiques de comunicació social de la ciència (veure apartat 2.3). En quant a la variable a) s’utilitzaran les pautes de Casero i López Rabadan (2013:80), referenciades al marc teòric del present treball.

Pel que fa a la segona pregunta d’investigació (PI2), s’utilitzarà una família de termes, en la qual es recopilaran les paraules més utilitzades en les peces periodístiques per referir-se a l’arqueologia i a l’arqueòleg. Això permetrà valorar quina visió d’aquesta ciència i els seus professionals projecten – els diaris analitzats – a la societat, com a vehicles de transmissió entre les dues parts que són.

3.1 Els sis mitjans analitzats

Abans d’analitzar en profunditat l’objecte d’estudi d’aquest treball final grau, trobo interessant fer un breu anàlisi de cada un dels mitjans de comunicació que tractaré, donada la seva rellevància en el panorama comunicatiu català i espanyol. És important saber els seus números de lectors diaris, tirada i difusió, per poder posar en context,

posteriorment, els resultats de l'anàlisi de les seves peces periodístiques sobre arqueologia.

Utilitzaré per a tal fi l'Estudio General de Medios (EGM), un estudi poblacional que ens proporciona dades retrospectives del consum a Espanya dels mitjans de comunicació, i, més concretament pel que fa a l'interès d'aquest treball, el total de lectors diaris de la premsa escrita. L'EGM és realitzat per l'Associació per la Investigació dels Mitjans de Comunicació (AIMC). D'altra banda, la tirada i difusió dels diaris analitzats s'obtindrà de l'Oficina de la Justificación de la Difusión (OJD), l'organisme estatal que proporciona aquestes dades.

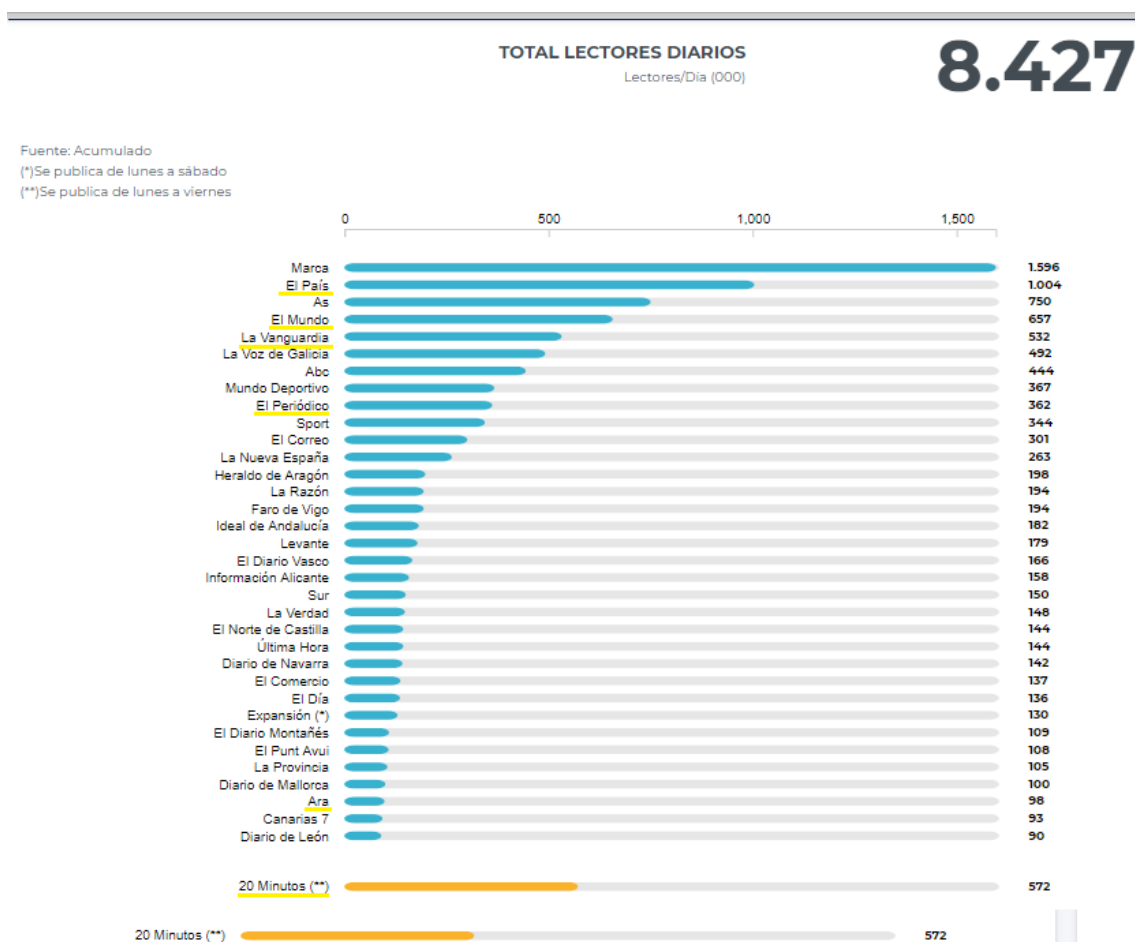


Figura 2: Primera onada de l'Estudi General de Mitjans (EGM), corresponent al primer trimestre de l'any 2020. Lectors diaris (en milers) de la premsa escrita espanyola. El diari "20 minutos" està situat al final de la figura al publicar-se només de dilluns a divendres, però, posa't a la taula, ocuparia la posició número 5. En groc, la premsa analitzada. Font: AIMC

3.1.1 La Vanguardia

Fundada el 1881, forma part del holding català de comunicació Grupo Godó, que també inclou, entre altres, el diari esportiu “Mundo Deportivo” i “RAC 1”, l'emissora de ràdio més escoltada a Catalunya, segons dades de l'última onada de l'Estudi General de Mitjans (EGM), feta el primer trimestre de l'any 2020. Segons aquest mateix indicador, La Vanguardia és el sisè diari en paper més llegit a Espanya, amb un total de 532.000 lectors. El periòdic dirigit per Jordi Juan té una tirada mitjana de 83.804 unitats diàries, i una difusió de 17.514 unitats, segons l'última auditoria del OJD.

3.1.2 El País

El primer número de El País va ser publicat el 4 de maig de 1976. Molt lligat a la transició democràtica, és el segon diari en paper més llegit a Espanya, amb poc més d'un milió de lectors diaris, i el primer a nivell estatal si tenim en compte només la premsa generalista. El País és propietat del Grupo Prisa, el holding de comunicació més important a Espanya, que també posseeix, entre altres, l'emissora de ràdio Cadena Ser i el diari esportiu As, el tercer en paper més llegit a tot l'estat. El rotatiu dirigit per Javier Moreno té una tirada mitjana de 97.727 unitats diàries, i una difusió de 71.347 exemplars.

3.1.3 El Mundo

Fundat el 1989, és propietat de l'empresa Unidad Editorial, grup que va néixer de la fusió de Grupo Recoletos i Unedisa, l'any 2007. Cal destacar que a, part de el Mundo, Unidad Editorial també inclou, entre altres, el diari esportiu Marca, el més llegit – en paper - a tot Espanya. Tanmateix, l'editorial italiana *RCS MediaGroup* controla el 96% d'Unidad Editorial. El Mundo, sota la direcció de Paco Rosell, ocupa la quarta posició de la premsa espanyola, amb 657.000 lectors. Té una tirada mitjana de 68.813 unitats diàries, i una difusió de 44.797 unitats.

3.1.4 El Periódico

Fundat el 1978, el rotatiu dirigit per Anna Cristeto ocupa la desena posició de rellevància en la premsa estatal, amb un total de 362.000 lectors. No obstant això, és el segon dels que s'editen a Catalunya, per darrere de la Vanguardia. És propietat d'Editorial Prensa Ibérica, empresa que l'any 2019 va comprar Grupo Zeta. Posseeix, entre molts altres, la revista setmanal Cuore i el diari català de premsa esportiva Sport. El Periódico té una tirada mitjana de 50.109 unitats diàries, i una difusió 27.387 exemplars.

3.1.5 20 minutos

Fundat l'any 2000 amb el nom Madrid y m@s, és l'únic dels sis mitjans que té una distribució completament gratuïta. Va començar publicant-se només a Madrid, però al cap de poc ja va tenir la seva edició de Barcelona i, actualment, també té la de València i Sevilla. A diferència dels altres, es publica només de dilluns a divendres, ocupant la cinquena posició de la premsa espanyola amb 572.000 lectors, lleugerament per sobre de la Vanguardia. Forma part del grup Henneo, que també té el Heraldo de Aragón, un dels diaris de més antiguitat a nivell estatal que encara es mantinguin en vigència. El periòdic és dirigit per Encarna Samitier.

3.1.6 Diari Ara

Fundat el 28 de novembre de 2010, és el de més recent creació dels sis mitjans de comunicació que formen l'objecte d'estudi. A diferència de el Periódico i la Vanguardia, la seva edició en paper no és dual, publicant-se només en català. El diari Ara es distribueix també a les Illes Balears, Andorra i al País Valencià. Té 98.000 lectors diaris, per darrere de l'altre periòdic de publicació exclusivament en català que apareix a la Figura 2, el Punt Avui. Tot i això, supera a aquest últim en el format digital. El rotatiu dirigit per Esther Vera té una difusió mitjana de 14.190 exemplars, entre les vendes a quiosc i la subscripció individual.

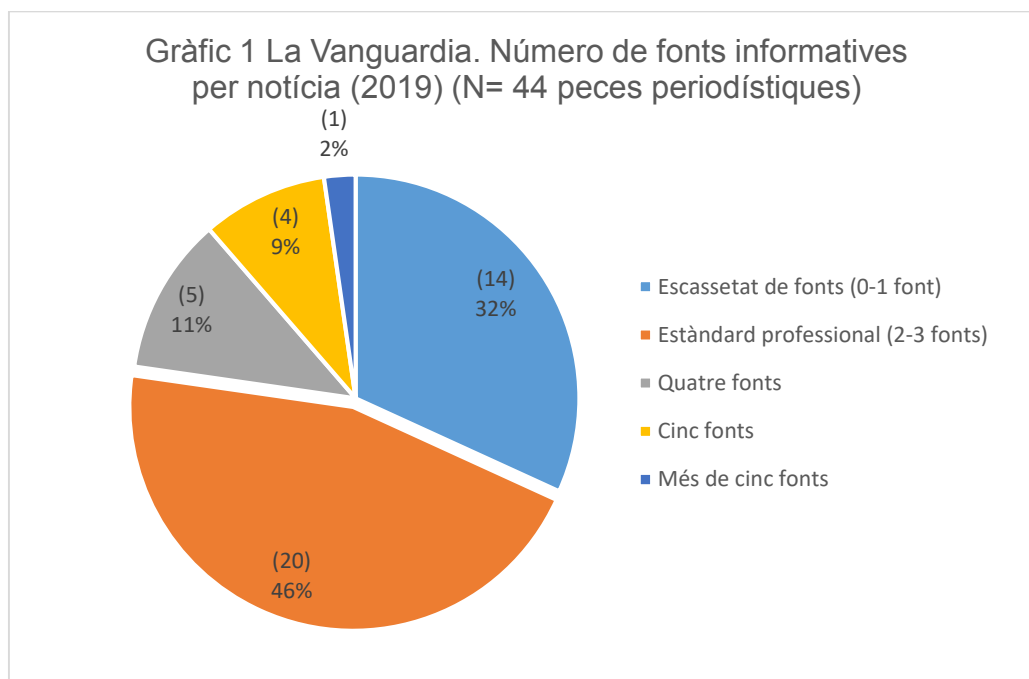
4. Anàlisi dels resultats

Un cop s'ha vist, breument, la rellevància dels diaris que analitzaré, passem al treball de camp, valorant els resultats obtinguts de l'anàlisi de 190 peces periodístiques de la Vanguardia, 20 minutos, el Mundo, el Periódico, el País i l'Ara, que, cal recordar, representen el 38,27% del total de lectors diaris en premsa escrita a Espanya. D'altra banda, convé recordar les variables que es veuran representades en cada un dels mitjans de comunicació que formen part de l'objecte d'estudi:

PI1: Tenen qualitat periodística els missatges informatius en premsa escrita sobre arqueologia dels mitjans analitzats?
Variables:
a) Anàlisi de les fonts informatives: número total de fonts per peça, tipus d'identificació i tipologia.
b) Valoració periodística: ús de gèneres (informatius o interpretatius).
c) Anàlisi del text i construcció de la notícia: paraules escollides, ús d'adjectius, verbs i adverbis i tipologia del titular.
d) Deontologia professional: faltes a les pautes ètiques de comunicació social de la ciència. (veure apartat 2.3 del treball)
PI2: Quina imatge ens proporcionen de l'arqueòleg i l'arqueologia els missatges informatius dels mitjans analitzats?
Mètode: Família de termes, paraules més utilitzades a les peces per referir-se a l'arqueòleg i l'arqueologia.

Font: elaboració pròpia en base a Macià-Barber (2013)

4.1 La Vanguardia

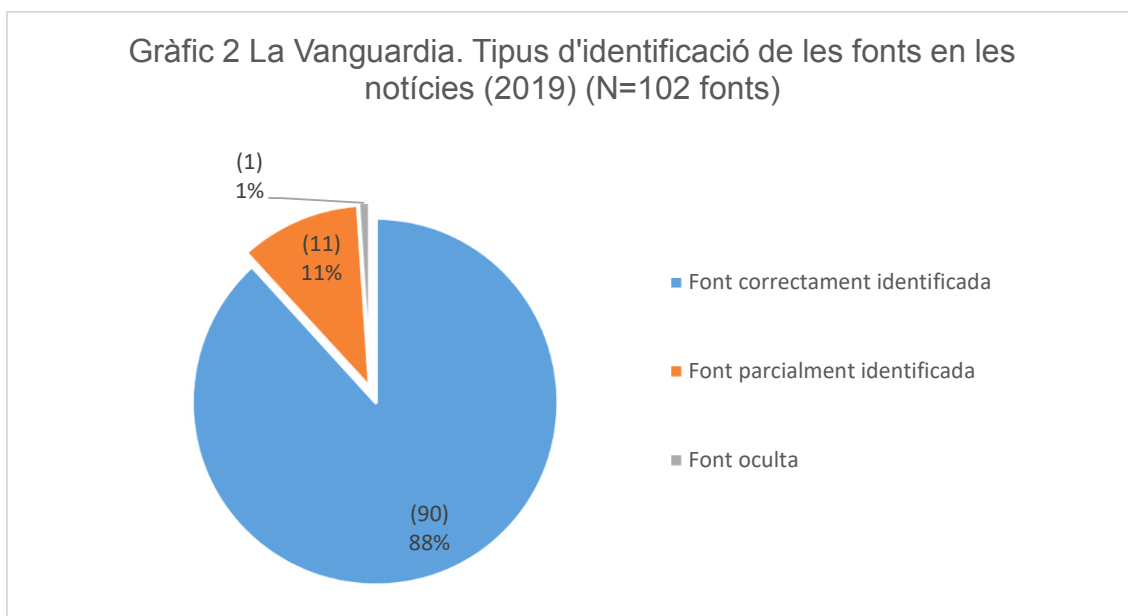


Font: Elaboració pròpia

En primer lloc, gairebé la meitat de les notícies de la Vanguardia (46%) en premsa escrita tenen entre dues i tres fonts i compleixen amb l'estàndard professional. Per tant, el 68% de les peces analitzades tenen entre dues i sis fonts, fet que representa una voluntat de representar diferents veus al missatge per part del diari. Tot i això, un 32% amb cap font o només una és un percentatge elevat.

En la majoria dels casos l'escassetat de fonts s'ha vist palesa a les notícies molts breus, d'entre cinc i sis línies, que es limiten a informar d'un esdeveniment amb poca profunditat. Aquestes notícies representen el 16% del total, i, gairebé totes elles, no porten la firma del periodista.

El gràfic 1 mesura tres indicadors de qualitat periodística: la verificació, la credibilitat i el pluralisme. Una poca presència de fonts significarà una disminució del valor afegit periodístic, a més de la pèrdua de credibilitat en notícies que tenen un base científica com les que ens parlen de l'arqueologia.



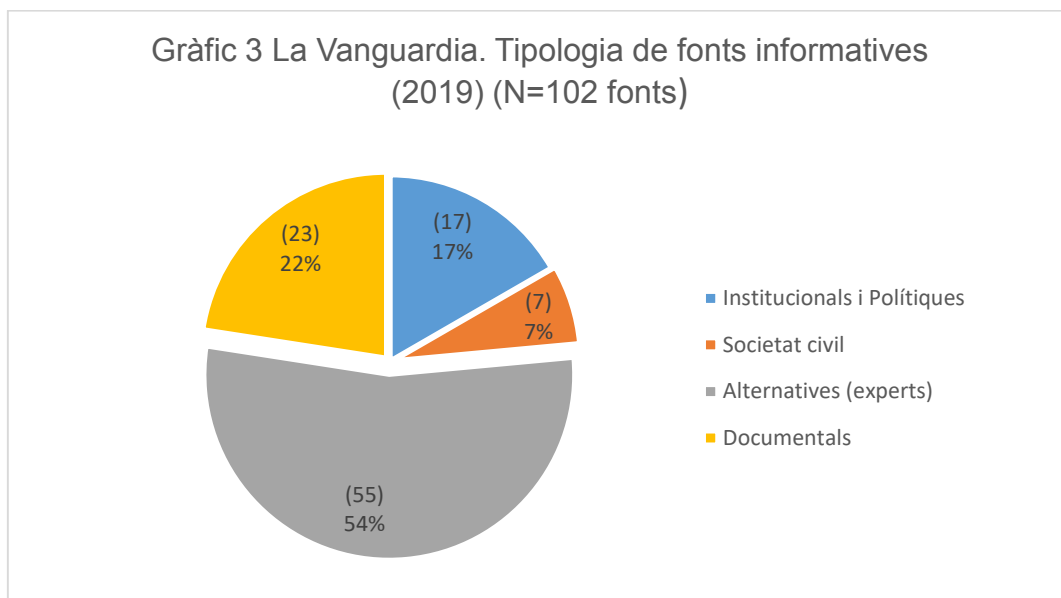
Font: Elaboració pròpia

La Vanguardia destaca per la bona identificació de les fonts, amb un 88% del total correctament citades, on s'identifica amb tota claredat qui ha proporcionat la informació. Un 11% de les fonts estan parcialment identificades, succeint això quan, per exemple, es menciona la informació aportada per un equip d'arqueòlegs, però sense identificar-ne els membres.

El percentatge de fonts ocultes és residual (1%), un element que podria respondre a les característiques de l'objecte d'estudi. L'arqueologia no es caracteritza per ser una temàtica sensible, que requereixi la protecció de la font mitjançant l'ocultació d'aquesta. D'altra banda, s'ha detectat en l'anàlisi una considerable repetició de les fonts utilitzades al llarg de la notícia. Això, si bé és habitual, demostra certa dificultat del periodista per trobar noves fonts, havent de recórrer a la mateixa en diversos paràgrafs de la peça.

Només un 15% de les notícies no estan firmades per cap periodista, i hi ha un únic cas en que la peça prové d'una agència de notícies. Destaca la especialització de certs periodistes en la temàtica arqueològica, com Ignacio Orovio. Els corresponents en diferents països de la Vanguardia són els qui, en la majoria dels casos, redacten les notícies sobre descobriments que s'hagin fet en el país on estan destinats. Això

permet una informació obtinguda de primera mà, i no des d'una redacció establerta a molts quilòmetres del lloc on hi ha hagut una troballa arqueològica.



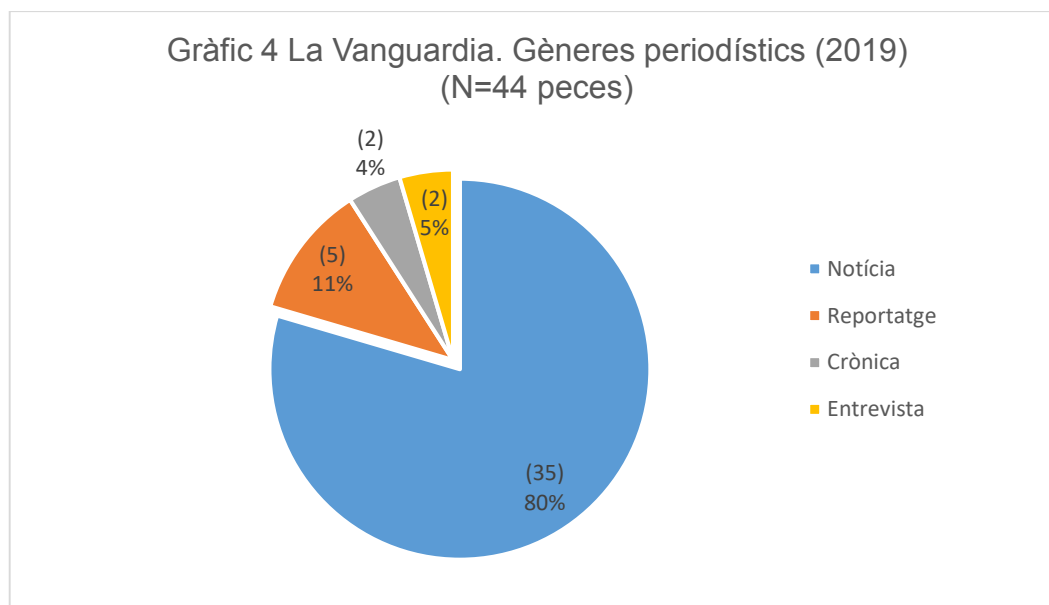
Font: elaboració pròpia

Pel que fa a la tipologia de fonts informatives en premsa escrita, més de la meitat (54%) són alternatives, és a dir, experts. En notícies sobre arqueologia els experts són la font de més rellevància, doncs aporten credibilitat a allò que escriu el periodista. En aquest grup hi trobem, sobretot, arqueòlegs, paleontòlegs i geòlegs paleoantropòlegs. Molts d'aquests són membres de grups de recerca que estan investigant el descobriment o fet arqueològic sobre el que parla la peça periodística.

La combinació de fonts documentals (22%) i experts (54%) ens donen un 76% del total. Això corrobora el que s'ha vist a l'anàlisi de la Vanguardia, ja que, en termes generals, s'ha apreciat una documentació prèvia exhaustiva per part del periodista. També, en algunes de les notícies amb escassetat de fonts (0-1), s'ha fet palès aquesta cerca d'informació prèvia i formació sobre el que s'escriu.

D'altra banda, trobem un 17% de fonts institucionals o polítiques, que engloben tot tipus d'administracions públiques i, també, polítics de diferents partits. El seu punt de vista pot ser interessant depenent del tema que es tracta, si bé no haurien de ser l'element predominant en una notícia sobre arqueologia. En l'últim lloc trobem un 7%

de fonts de la societat civil, que comprèn els ciutadans individuals que no són experts en la matèria.



Font: elaboració pròpia

A la Vanguardia s'observa un domini aclaparador de la notícia en quant a gèneres periodístics en premsa escrita (80%). No obstant això, tal i com s'ha mencionat anteriorment, la majoria de les peces analitzades d'aquest diari presenten una bona elaboració, utilitzant en molts casos gràfics, infografies i fotografies, entre altres elements.

Un 11% de les peces són reportatges. Per valorar-ho com a tal, s'ha buscat una certa extensió, un ús generós de fonts, punts de vista contraposats, i presència d'elements gràfics que facilitin la comprensió del text al lector. La crònica (4%) i l'entrevista (5%) són gèneres periodístics marginals. Més entrevistes serien un bon element per mostrar de forma directe el punt de vista de l'arqueòleg, allunyant-lo dels estereotips que s'associen a aquesta professió.

Com a resum del que s'ha vist fins ara, les peces de la Vanguardia respecten l'estàndard professional de número de fonts (2-3) si bé el percentatge d'entre cap i

una és elevat. Les fonts estan ben identificades, utilitzant-se la visió dels experts per elaborar les notícies, però, en canvi, hi ha poca presència de gèneres interpretatius.

Pel que fa a la visió sobre l'arqueòleg i l'arqueologia de la Vanguardia, els termes més utilitzats són, de major quantitat a menor, els següents: "arqueólogos", "paleontólogos", "investigadores", "autores", "expertos" i "descubridores". S'ha apreciat que no s'utilitza el terme "científic" per referir-se a l'arqueòleg, ni "ciència" per arqueologia. Si que apareix el qualificatiu de "científic" quan les fonts participen en processos metodològics en laboratoris, com és el cas d'algunes branques de l'arqueologia que es dediquen, per exemple, a analitzar - mitjançant datació basada en carboni 14 - troballes arqueològiques del paleolític. A la Vanguardia són recurrents les peces periodístiques que tracten sobre l'antic Egipte i el faraó de la XVIII dinastia, Tutankamon. També tenen molt de pes la civilització romana, la prehistòria i, en menor grau, els dinosaures i el franquisme.

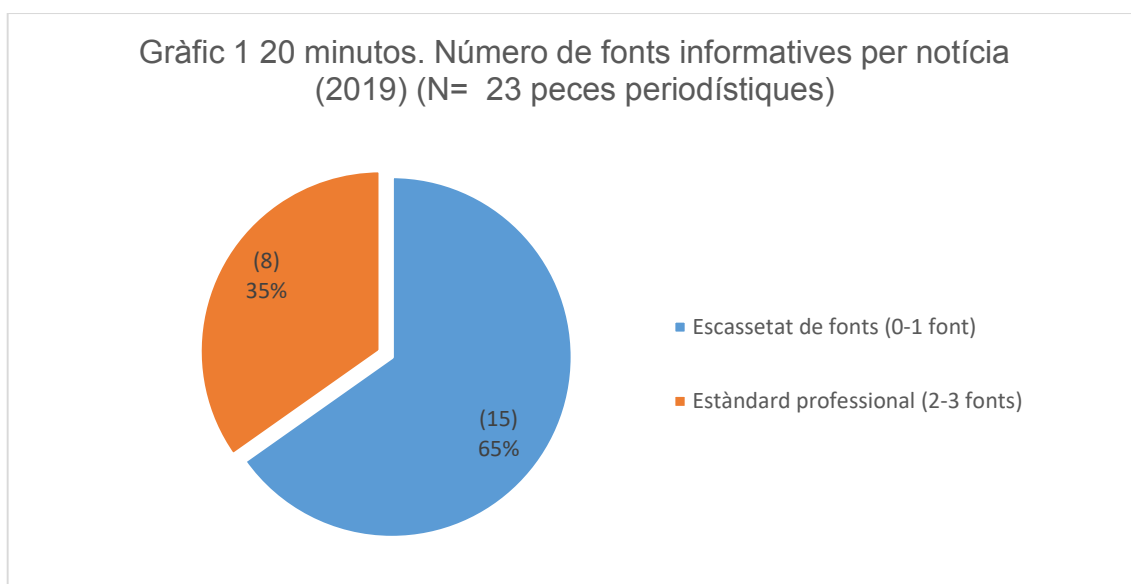
Entrant més en profunditat en l'anàlisi del text i construcció de la notícia, l'estil és acadèmic, no s'ha detectat un ús inapropiat d'adjectius o adverbis que puguin distorsionar la credibilitat del text, o conduir al lector a interpretacions errònies. Un 60% del titulars són informatius, i un 40% creatius, sent aquests utilitzats en els gèneres interpretatius, però també en les notícies, mostrant la voluntat dels periodistes de, en diferents casos, captar l'atenció del lector.

La cerca de l'interès amb el titular creatiu pot ser una eina útil per atraure lectors que, en un primer moment, no estiguin interessats en l'arqueologia. Per exemple, titulars creatius de la Vanguardia com "El palacio escondido mil años", "la cueva de la discordia", "Nesi, momia y reina (o rey) de Vilanova" i "¿Tenemos la tumba de Cleopatra?". Aquests titulars no responen a l'estructura tradicional a la que estem acostumats a les notícies en premsa escrita.

No s'han trobat, en les diferents peces, faltes a les pautes ètiques de comunicació social de la ciència. No obstant això, hi ha hagut dos casos en els que no s'ha identificat amb tota claredat que la notícia i/o reportatge era publicitària, convidant a visitar museus promocionats per l'ajuntament de diferents municipis. Tot i ser

publicitat, les dues peces són d'interès públic i poden servir per donar a conèixer exposicions al públic general.

4.2 20 minutos



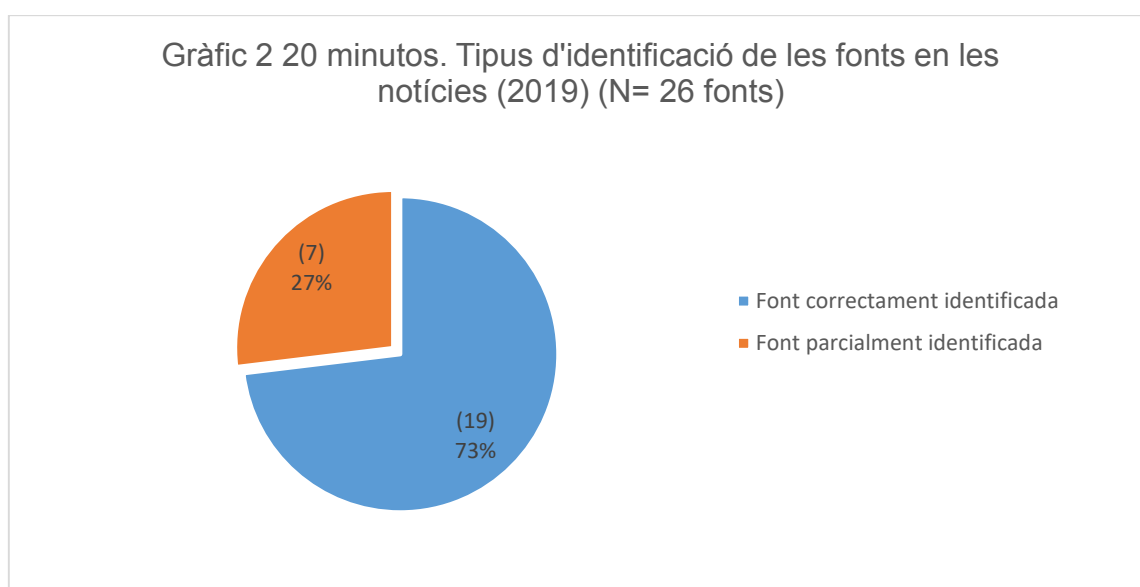
Font: elaboració pròpia

20 minutos és l'únic dels sis diaris que té una distribució totalment gratuïta de la seva versió en premsa escrita. Ha existit certa dificultat per tenir un volum elevat de notícies sobre arqueologia d'aquest diari, però s'ha aconseguit saturar la mostra i tenir una visió qualitativa. En el volum d'exemples trobats ha pogut influir que només es publiqui de dilluns a divendres.

20 minutos presenta escassetat de fonts, amb un 65% de les notícies amb una o cap, i un 35% amb dues o tres. No s'han trobat notícies amb quatre, cinc o més de cinc fonts. En aquest mitjà de comunicació s'ha vist un percentatge elevat de notícies molt breus, d'entre set i vuit línies, que informen amb poca profunditat sobre algun descobriment arqueològic de rellevància, citant, com a molt, una font experta, que acostuma a ser un arqueòleg que forma part del grup d'investigació.

Tenen un pes elevat també les peces publicitàries que informen d'una exposició, sèrie de televisió o documental. Aquestes, encara que tenen una o cap font, estan

elaborades amb documentació prèvia del periodista, i són d'interès públic, al apropar l'arqueologia al lector. Destaca sobretot Tutankamon i l'antic Egipte en quant a temàtica més recurrent.

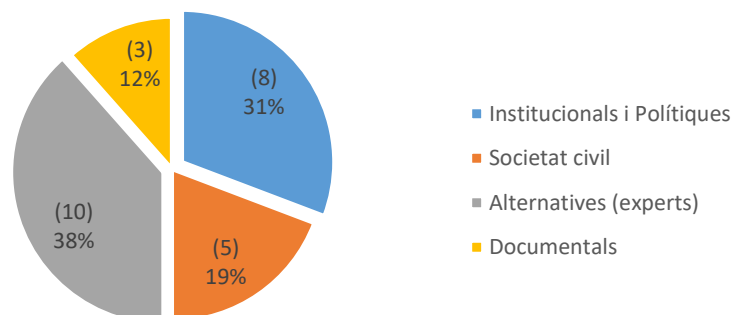


Font: elaboració pròpia

Tot i presentar escassetat de fonts, 20 minutos té un 73% de les fonts correctament identificada, i cap d'oculta. Un 27% del total estan parcialment identificades, no citant amb total claredat qui ha aportat aquella informació. No s'ha detectat repetició de les fonts al llarg de la notícia, si bé en un 65% d'elles només n'hi havia una o cap (veure gràfic 1 20 minutos).

Un 26% de les notícies no estan firmades per cap periodista, i un 34% de les firmades ho està únicament amb les inicials del periodista, per exemple, "R.C" o "R.S". Això dificulta la identificació de l'autor d'aquella peça, que es tradueix en una menor credibilitat de cara al lector. Hi ha un cas d'especialització del mateix periodista en diferents notícies sobre exposicions de museus.

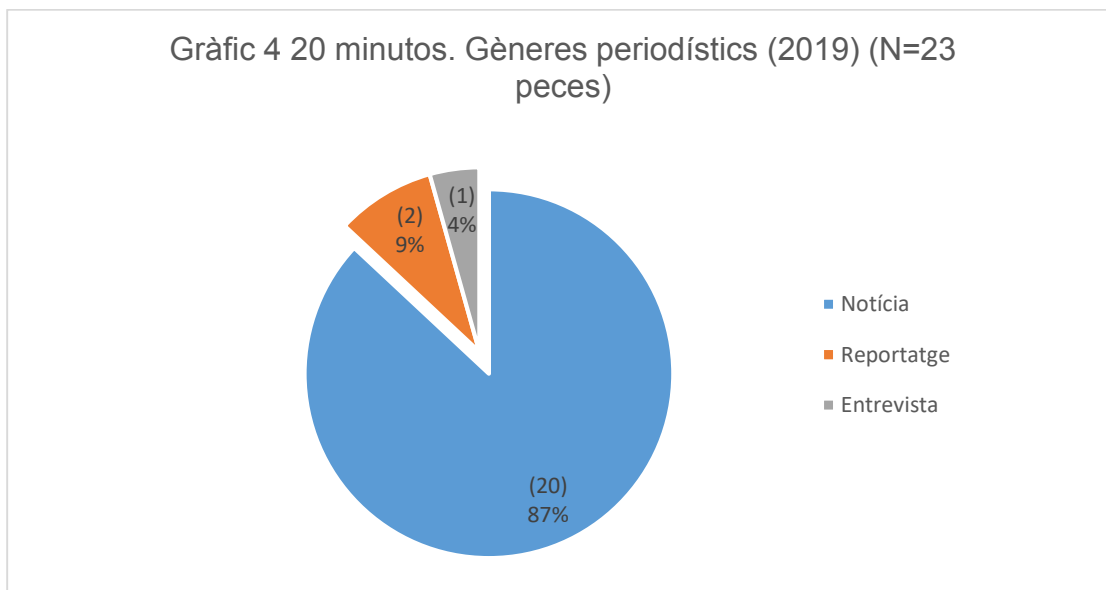
Gràfic 3 20 minutos. Tipologia de fonts informatives (2019) (N= 26 fonts)



Font: elaboració pròpia

Referent a la tipologia de fonts informatives en premsa escrita de 20 minutos, el percentatge més elevat (38%) correspon a les fonts d'experts, normalment arqueòlegs o comissaris de les exposicions a diferents museus. Tot i que només és un 38%, juntament amb el 73% de fonts atribuïdes correctament millora la valoració obtinguda per 20 minutos. Els experts són una font d'informació clau a l'hora de parlar d'una ciència, en aquest cas l'arqueologia.

Per contra, un 31% de les fonts corresponen a la classe política i administracions, que, si bé poden ser d'utilitat en certs casos, no hauria de gaudir d'un pes important en missatges informatius sobre el patrimoni arqueològic. Les persones individuals en el cas de 20 minutos són un 12% del total, i hi ha un baix nombre de fonts documentals (12%), una tipologia important tenint en compte l'objecte d'estudi del present treball.



Font: elaboració pròpia

El 87% de les peces de 20 minutos analitzades són notícies, sent els gèneres interpretatius pràcticament residuals en aquest mitjà (9% reportatge i 4% entrevista). Això pot ser degut a la distribució gratuïta en premsa escrita de 20 minutos, apostant més per la notícia breu, que no pas per reportatges o altres peces que comportin la mobilització de més recursos humans i econòmics. Això, però, fa perdre varietat, evitant abordar amb profunditat aspectes de l'arqueologia, que necessiten un anàlisi menys superficial.

Les notícies, en termes generals, presenten poca elaboració, amb un ús escàs de fotografies i elements gràfics que ajudin a facilitar la comprensió del text. Des d'un punt de vista global, les peces que s'han tractat del diari 20 minutos tenen una clara escassetat de fonts, i amb poca o nul·la presència de gèneres interpretatius. A més, moltes de les notícies són publicitàries d'algun esdeveniment d'interès, i no recerca periodística pròpiament dita.

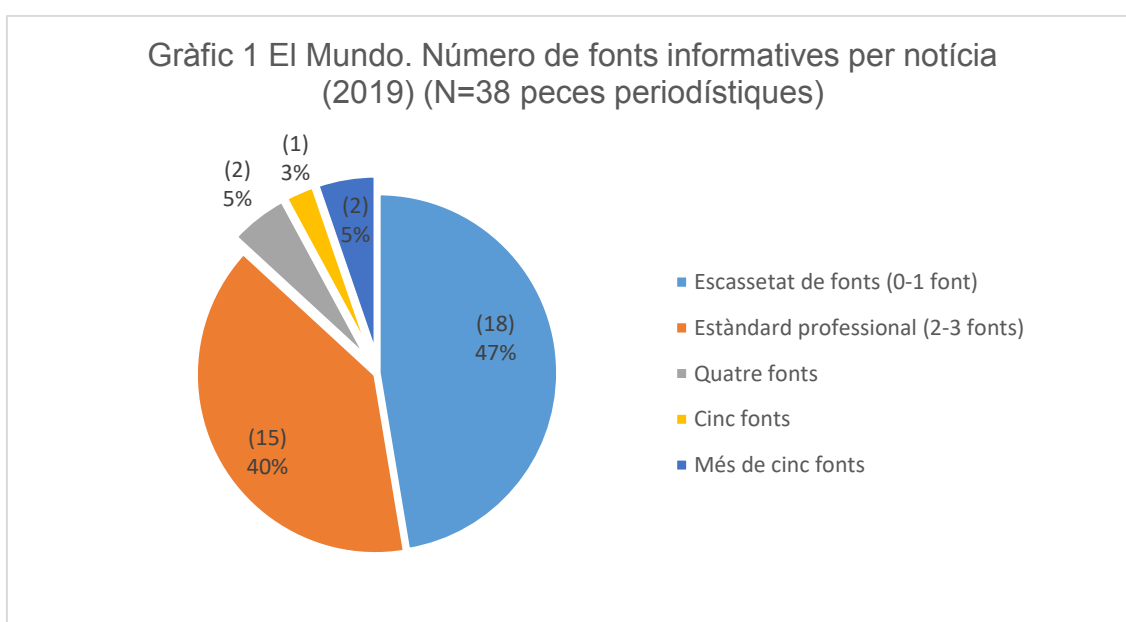
Com a punts positius, les fonts de 20 minutos estan correctament identificades, i l'ús d'experts és el principal mètode d'obtenció d'informació, si bé les institucionals i polítiques també tenen molt de pes.

Pel que fa a la visió sobre l'arqueòleg i l'arqueologia, els termes més utilitzats són, de major quantitat a menor, els següents: “arqueólogos”, “profesional”, “experto” i “investigadores”.

Pel que fa a l'anàlisi del text i construcció de la notícia, l'estil és l'utilitzat en les notícies que informen d'un fet noticiós, no havent-se detectat un ús inapropiat d'adjectius o adverbis que puguin distorsionar la credibilitat del text. Un 82% del titulars són informatius i/o descriptius, i només un 18% creatius, fet que respon al 87% de peces analitzades que són notícies (veure gràfic 4 20 minutos).

No s'han trobat, en les diferents peces, faltes evidents a les pautes ètiques de comunicació social de la ciència. Tot i això, tal com s'ha dit anteriorment en l'anàlisi, al diari 20 minutos hi ha un elevat nombre de notícies i reportatges publicitaris. Aquests es limiten a aportar informació sobre exposicions a museus, documentals o sèries de televisió, sent habitual utilitzar un reclam pel lector generalista com és el “misteri” que envolta el personatge del faraó egipci Tutankamon. Això limita el camp de visió que té l'audiència de 20 minutos de l'arqueologia, limitant-la a grans descobriments mediàtics sovint tractats superficialment i amb un punt de sensacionalisme.

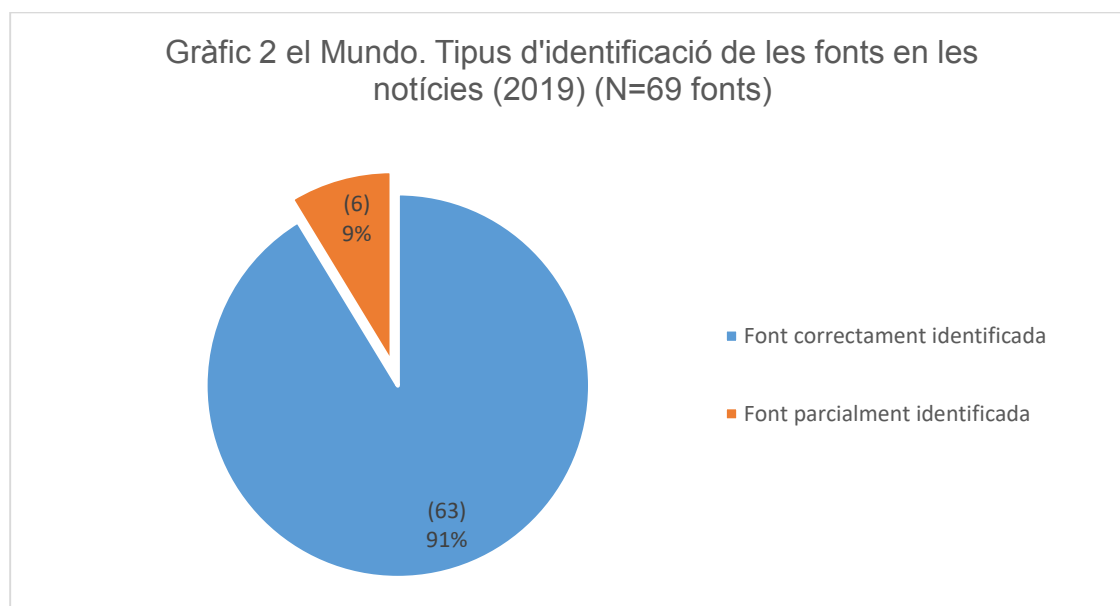
4.3 El Mundo



Font: elaboració pròpia

El Mundo supera el paràmetre de número de fonts per notícia en premsa escrita, però amb un marge molt escàs. El 53% de les peces analitzades tenen dues fonts o més, i el 47% presenten poca varietat de fonts, citant-ne una o cap. El percentatge de notícies amb quatre o més és residual, amb un 5% amb quatre, 3% amb cinc i 5% amb més de cinc. L'escassetat de fonts s'ha vist representada, majoritàriament, en les peces que donaven informació sobre una exposició d'un museu, i que es limitaven a, per exemple, enumerar els elements arqueològics exposats i recordar les dates en que es pot visitar, però sense aparèixer la veu d'algun expert, com podria ser el comissari o comissària de la mostra.

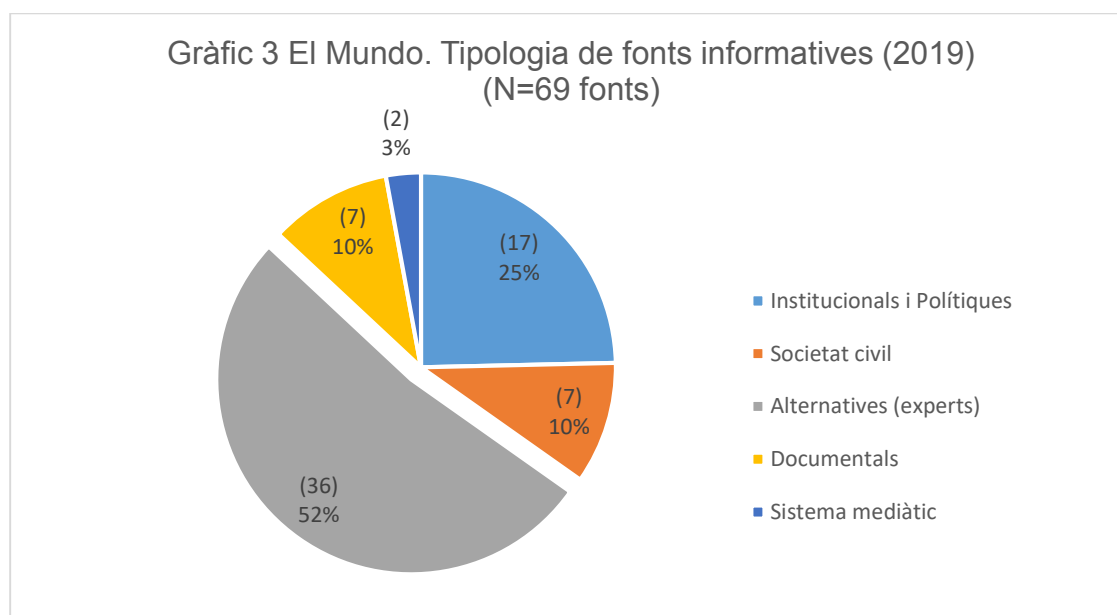
També s'ha vist poca utilització de fonts en notícies on es parla de problemàtiques a l'hora d'excavar jaciments arqueològics. En moltes d'elles apareix únicament la versió d'un conseller o consellera de l'administració corresponent, a vegades l'alcalde. Això suposa una representació monocromàtica, amb una única versió dels fets. Cal destacar també que, a diferència de la Vanguardia i 20 minutos, el Mundo no presenta notícies particularment breus, d'entre sis i set línies d'extensió, demostrant voluntat de profunditzar.



Font: elaboració pròpia

Sí bé el Mundo té un 47% de peces amb cap o una font (veure gràfic 1), el periòdic propietat d'Unidad Editorial compta amb un 91% de les fonts correctament identificades, citant amb claredat d'on ha obtingut el periodista la informació. Un 9% de les fonts estan parcialment identificades, i no s'han detectat font ocultes. Aquest percentatge elevat de fonts correctament identificades es repeteix fins ara als diaris en premsa escrita analitzats. Això podria respondre, tal i com s'ha dit anteriorment, a les característiques intrínseques de les informacions sobre arqueologia, que no requereixen protegir la identitat de la font.

El 26% de les notícies de el Mundo no estan firmades per cap periodista, posant-hi el nom del lloc on ha succeït el fet noticiós, com per exemple "Burgos" o "Soria". Del 74% de notícies firmades, un 14% ho estan només amb les inicials del periodista, una pràctica vista també a l'anàlisi de 20 minuts. Utilitzar només les inicials dificulta la identificació del professional. No s'ha vist una especialització destacable d'algun mateix periodista encarregat de les notícies sobre arqueologia, si bé en diversos casos sí que es repeteix. D'altra banda, tampoc s'ha vist notícies redactades a través d'una agència de notícies, que demostra una bona capacitat de mobilització de recursos que permet explicar el succés de primera mà, amb un membre de la redacció que s'hi desplaça, o bé utilitzant la figura del corresponsal.

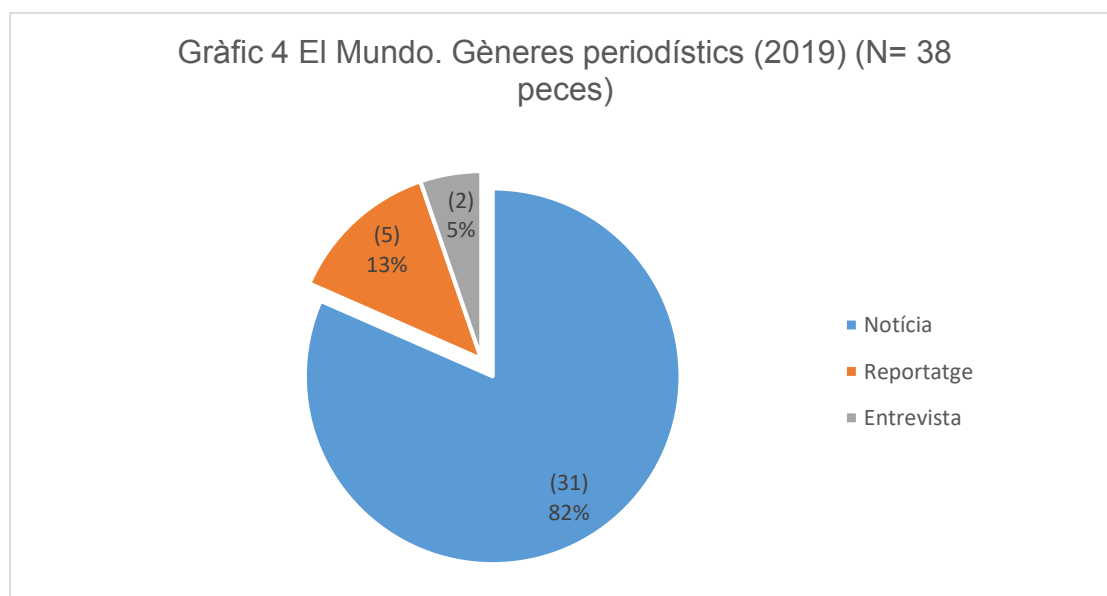


Font: elaboració pròpia

Més de la meitat (52%) de les fonts de el Mundo corresponen a experts, que es tradueix en una millor indicador de credibilitat. Dintre d'aquestes fonts expertes la varietat és elevada, ja que hi trobem arqueòlegs, paleontòlegs i científics d'arqueologia molecular i genètica, entre altres. El Mundo presenta gairebé els mateixos valors que la Vanguardia, que compte amb un 54% de fonts expertes a les seves peces sobre el món de l'arqueologia. 20 minutos es queda enrere, amb un 38%.

Per contra, el Mundo té un elevat valor (25%) de fonts institucionals i polítiques, corresponents en molts dels casos a membres d'administracions públiques de les diferents entitats territorials que conformen l'Estat. Les fonts documentals són un 10% del total, i apareixen, en la majoria dels casos vistos, com a citacions a articles de revistes científiques. 62% de les fonts són expertes o documentals, demostrant un bon treball previ de cerca d'informació per part dels periodistes de el Mundo, tot i l'escassetat de fonts ja vista.

D'altra banda, trobem un 10% de fonts de ciutadans individuals, valor similar als vistos a la secció de la Vanguardia i 20 minutos, i un marginal 3% de fonts del sistema mediàtic, que en aquest cas són dues informacions extretes de l'agència de notícies Ical, que opera a la comunitat autònoma de Castilla y León.



Font: elaboració pròpia

Vuit de cada deu peces de el Mundo són notícies, un percentatge molt elevat, però similar al vist a 20 minutos (91%) i la Vanguardia (80%). Les notícies requereixen menys mobilització de recursos econòmics i humans i, en un context de crisi en el periodisme, podria explicar aquest domini del gènere informatiu als tres diaris de premsa escrita vistos fins ara. Les notícies presenten una utilització generosa de fotografies, si bé l'ús d'infografies i esquemes és escàs, lògic tenint en compte la poca presència de reportatges (13%). No obstant això, destaca la secció titulada "Papel", que compta amb reportatges extensos i amb varietat de fonts.

Resumidament, les notícies de el Mundo tenen escassetat de fonts (47%), però aquestes són atribuïdes correctament gairebé en la seva totalitat. S'utilitzen en major grau els experts que altres tipologies de fonts, però, seguint la tendència d'altres mitjans, hi ha poc volum de gèneres interpretatius.

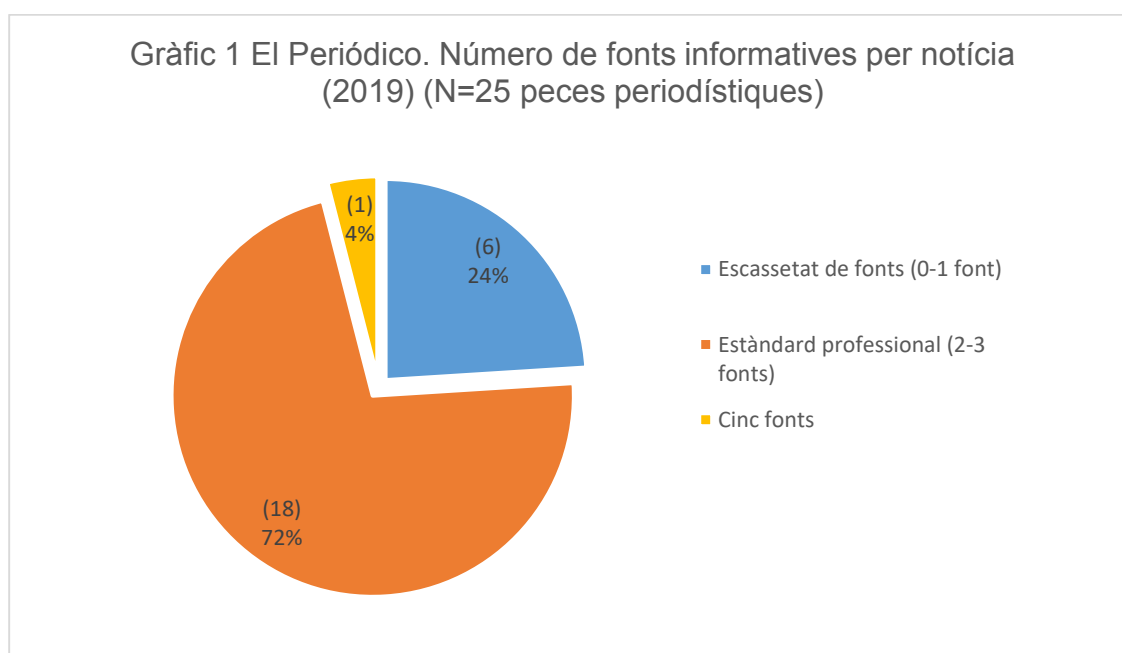
Pel que fa a la visió sobre l'arqueòleg i l'arqueologia de el Mundo, els termes més utilitzats són, de major quantitat a menor, els següents: "arqueólogos", "paleontólogos", "investigadores", "expertos", "autores" i "excavadores". En quant a paraules referents al món de l'arqueologia i les seves branques, són diverses i amb molta varietat: "yacimiento arqueológico", "patrimonio histórico", "arqueología genética", "arqueología molecular", "paleobiología" i "paleoetnobotánica". Aquesta família de termes mostra la voluntat del diari d'evitar la superficialitat, parlant d'elements més científics i tècnics.

A el Mundo s'ha detectat menys presència de notícies arqueològiques internacionals que a la Vanguardia i 20 minutos. Això es tradueix en un domini de les peces sobre arqueologia nacional, amb el jaciment d'Atapuerca, a Burgos i el de Numància, a Soria, al capdavant.

En quant a l'anàlisi del text i construcció de la notícia, l'estil és acadèmic, tal i com es correspon a un dels diaris en premsa escrita més llegits a Espanya. No s'ha detectat un ús inapropiat d'adjectius o adverbis que puguin distorsionar la credibilitat del text, o conduir al lector a interpretacions errònies. Més d'un 80% del titulars són informatius. Sorprenen titulars com "el primer colocón de la historia" o "el 'polígono' dónde amueblan las tumbas de los faraones", si bé son anecdòtics.

D'altra banda, no s'han trobat faltes greus a les pautes ètiques de comunicació social de la ciència, tot i que, com en el cas de la Vanguardia i 20 minutos, en algunes de les notícies no s'ha respectat l'apartat referent a que "tot contingut promocional o publicitari es diferenciarà inequívocament del informatiu" (veure punt 2.3 del marc teòric).

4.4 El Periódico

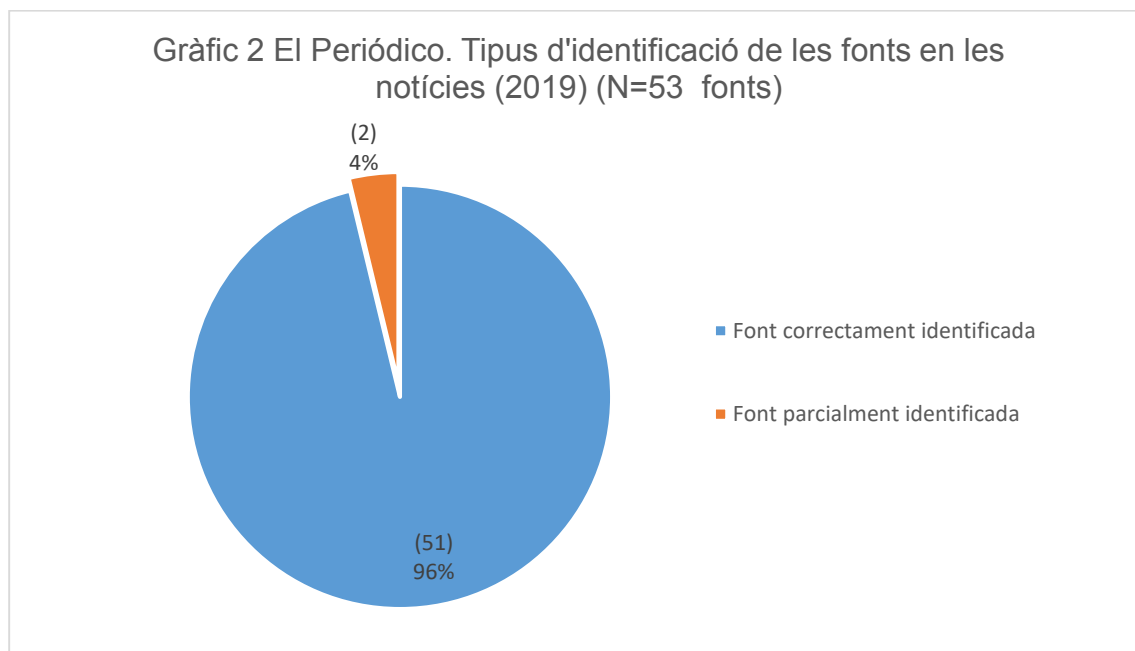


Font: elaboració pròpia

El Periódico té un 72% de les peces analitzades en premsa escrita que respecten l'estàndard professional, d'entre dues i tres fonts. Supera la Vanguardia, 20 minutos i el Mundo en aquest aspecte, demostrant una voluntat d'elaborar contingut periodístic de qualitat. Tot i això, cal esmentar que el volum de notícies sobre arqueologia trobat durant l'any 2019, és bastant inferior a la Vanguardia i el Mundo. Només hi ha sis notícies que tenen cap o una font (24%), i tenen en comú que no van firmades per cap periodista.

D'altra banda, s'ha trobat un únic cas d'una peça amb més de tres fonts, que corrobora la repetició en l'ús d'aquestes i que s'ha pogut apreciar en l'anàlisi. La majoria de missatges informatius de el Periódico tenen entre dues i tres fonts, però aquestes es repeteixen sovint. Coincidint amb el Mundo, el Periódico no elabora notícies sobre

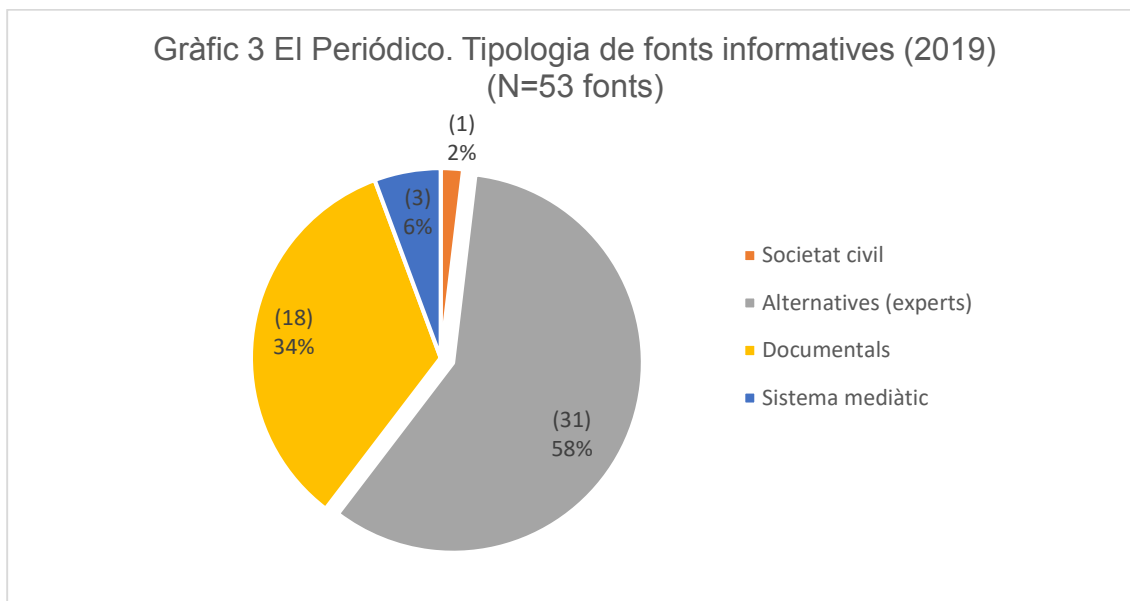
arqueologia particularment breus (6-7 línies), i a grans trets, mostren elaboració i documentació prèvia.



Font: elaboració pròpia

Pràcticament la totalitat de les fonts vistes de el Periódico estan correctament identificades (96%), citant amb tota claredat, amb noms i cognoms, la font de la qual s'ha obtingut la informació. Només un 4% d'aquestes estan parcialment identificades, quan, per exemple, es menciona un grup d'investigadors però no es diu qui el forma. No s'han detectat fonts ocultes, seguint la línia dels diaris vistos anteriorment.

El 36% dels missatges informatius no porten la firma del periodista, posant-hi, únicament, el lloc des d'on s'ha redactat. A diferència de 20 minutos i el Mundo, no utilitza el format de signar només amb la primera lletra de nom i cognom, coincidint en aquest aspecte amb la Vanguardia. S'ha percebut una especialització de dos periodistes -Carles Cols i Valentina Raffio- en les notícies sobre arqueologia. Tenir professionals assignats per un àmbit concret garanteix la bona qualitat dels continguts, ja que seran professionals de la comunicació especialitzats en ciència i amb experiència en l'àmbit que estan tractant. En menor mesura s'han trobat missatges informatius elaborats per corresponents de països on s'hi produeixen descobriments arqueològics.

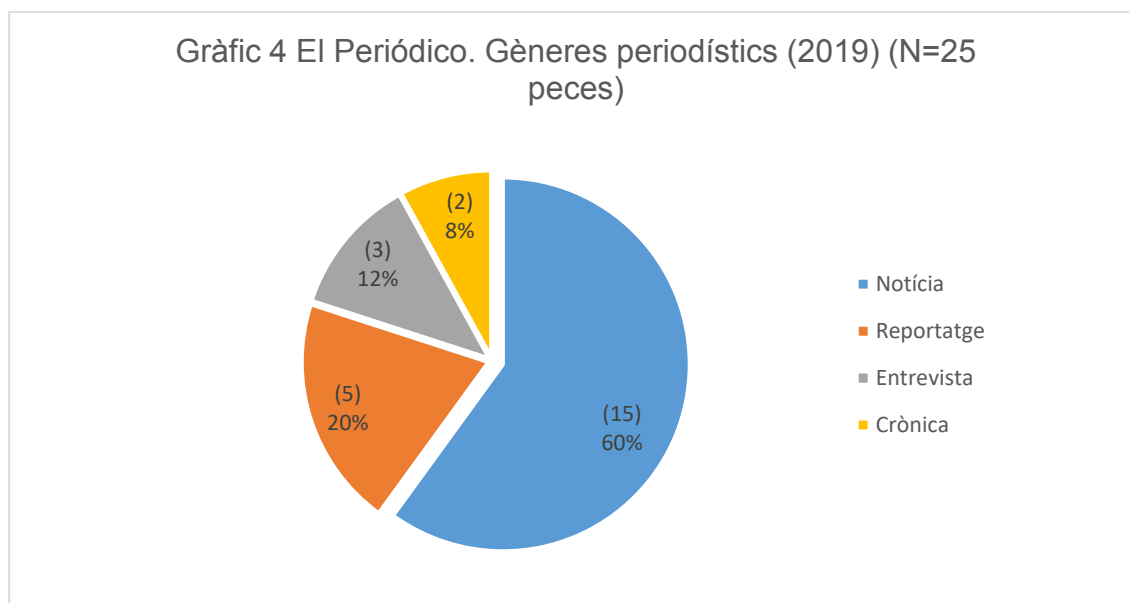


Font: elaboració pròpia

Gairebé el 60% de les fonts utilitzades per el Periódico són experts (58%), un valor similar apreciat a l'anàlisi de el Mundo (52%) i la Vanguardia (54%). Hi trobem autors d'investigacions publicades a revistes científiques, i membres de grups d'investigació en arqueologia i paleontologia d'arreu d'Espanya i també internacionals. A el Periódico, les fonts expertes i documentals sumen un 92% del total, demostrant una aposta per la credibilitat i rigor dels continguts si bé, com ja s'ha dit, el volum de peces publicades al diari és baix.

Cal destacar que no s'han detectat fonts institucionals i polítiques. La majoria de les notícies de el Periódico tracten sobre descobriments arqueològics publicats a revistes científiques com *Science* o *Nature*, amb una o diverses cites dels autors de la troballa, que donen el seu punt de vista sobre la rellevància d'allò que estan investigant. En conseqüència, no hi trobem peces, per exemple, sobre litigis a l'hora d'excavar un jaciment, que podria donar peu a un major de nombre de fonts institucionals i polítiques. Un 6% de les fonts corresponen al sistema mediàtic, sent aquestes informacions extretes de la agència de notícies Sinc, difusora de notícies del món científic, i també del diari *Siberian Times*. Com a valor residual tenim un 2% de informacions obtingudes de la societat civil.

Gràfic 4 El Periódico. Gèneres periodístics (2019) (N=25 peces)



Font: elaboració pròpia

A el Periódico hi ha un lleuger domini del gènere informatiu (notícia) amb un 60% del total. Tot i això, és menor percentualment que a la Vanguardia, 20 minutos i el Mundo, amb un 80%, 87% i 82%, respectivament. També compta amb el valor obtingut més alt fins ara de reportatges (20%), si bé per un marge estret respecte els demés. Destaca en quant a gèneres interpretatius el suplement XL Semanal de el Periódico, que aporta reportatges i entrevistes extenses i amb un ús d'entre dues i tres fonts a cada un d'ells.

XL Semanal va dirigit a un públic que ja està en sintonia amb temes arqueològics, perquè les seves peces són extenses, amb terminologia tècnica i informació en profunditat. D'aquest suplement, destaca un reportatge sobre els anomenats *berserkers*, que vol desmitificar la figura d'aquests guerrers escandinaus d'època medieval. Els estereotips són molt presents a diferents àmbits de l'arqueologia, amb la qual cosa es fa necessari des del periodisme trencar amb aquesta tendència. Es nota un lleuger augment del percentatge d'entrevistes (12%) i cròniques (8%), tot i que segueix sent una petita porció del total.

En resum, el Periódico respecta l'estàndard professional, incorporant dues o tres fonts a les seves peces, tot i que no van més enllà i pràcticament no hi ha notícies amb més de tres fonts. Les cites són atribuïdes correctament, i s'utilitza l'expert com a font

d'informació. L'ús de gèneres informatius per part d'aquest diari és més generós que els altres vistos fins ara.

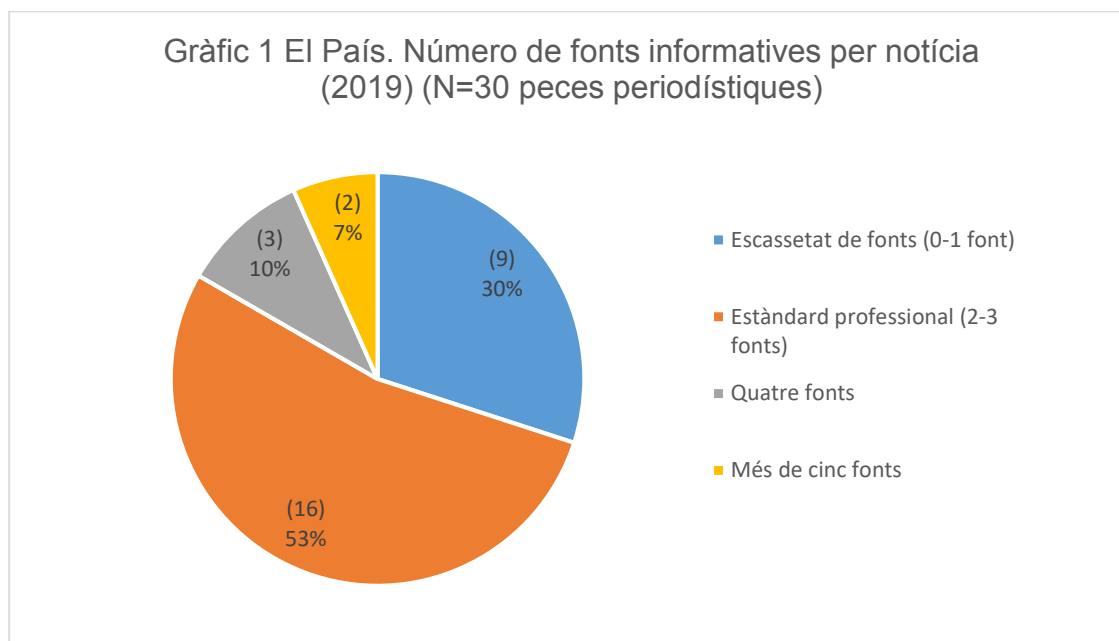
La família de termes sobre arqueologia del mitjà propietat d'Editorial Prensa Ibérica és variada, trobant-hi paraules molt semblants a la Vanguardia, 20 minutos i el Mundo. És habitual que es refereixin als arqueòlegs com a "investigadors", "experts", "autors" i, en menor mesura, "especialistes". A el Periódico hi ha un clar domini de la prehistòria sobre els altres temes i, més concretament, s'escriu molt sobre *homo sapiens* i *homo neandertal*, relacionant-ho amb l'origen de la nostra espècie.

Per tal de captar l'atenció del lector s'utilitzen titulars com "Lucy vivió con sus 'bisabuelos'", "Las últimas joyas neandertales", "la matanza que no existió" i "canibalismo y Rafa Nadal". Hi ha una tendència a apostar per titulars creatius, representats en un 60% del total.

Referent a l'anàlisi del text i construcció de la notícia, l'estil és acadèmic, tot i que hi ha excepcions, amb periodistes com Carles Cols que escriuen les seves peces amb un estil propi, més fresc i col·loquial. Cols utilitza paraules com "sorpresón" i oracions com ara "ha aparecido un fragmento de la Via Augusta, *poca broma*" i donant també el seu punt de vista sobre un tema; "en un primer pronto muy abochornante". De Carles Cols també són els titulars "un bacanal en Badalona" i "Golfus de Badalona".

Hi ha una notícia informativa sobre una exposició que no té fonts i no va firmada per cap periodista. És un únic cas, i a part d'aquest, no s'han trobat faltes a les pautes ètiques de comunicació social de la ciència.

4.5 El País

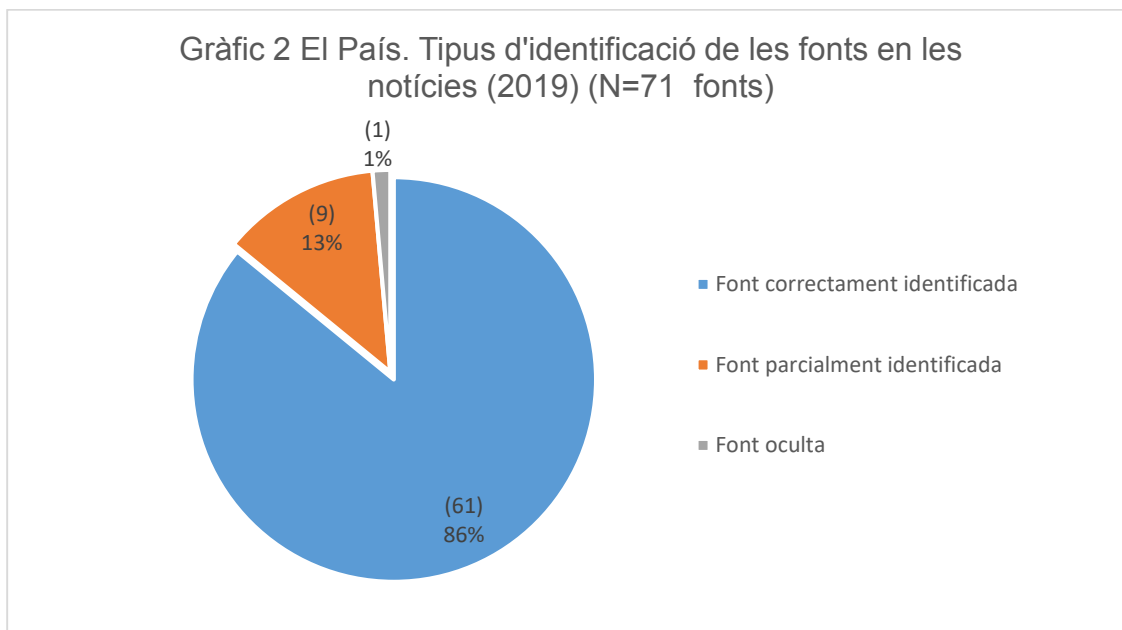


Font: elaboració pròpia

Més del 50% de les notícies de el País sobre arqueologia compleixen amb l'estàndard professional d'entre dues i tres fonts (53%), i el 70% del total compten amb dues o més, fet que reafirma una qualitat considerable dels continguts periodístics. Això ja es podia intuir prèviament, al ser el País el diari generalista en premsa escrita més llegit a Espanya, amb més d'un milió de lectors diaris, segons l'última onada de l'Estudio General de Medios (EGM).

Un 30% de les peces presenta escassetat de fonts (0-1), un valor elevat, tot i que cal mencionar que en només un cas no s'ha trobat cap font, havent-hi en la resta com a mínim una. El diari propietat del Grupo Prisa té el percentatge més alt de notícies firmades vist fins ara, ja que en un sol exemplar no s'ha aportat el nom i cognoms del periodista, posant-hi en canvi "El País. Madrid".

D'altra banda, només un 17% dels missatges informatius sobre arqueologia tenen més de tres fonts, quelcom que mostra una excessiva repetició d'aquestes al llarg d'una mateixa peça, corroborant el que s'ha apreciat a l'anàlisi. Coincidint amb el Mundo i el Periódico, el País no elabora notícies molt breus amb poques fonts, dedicant-hi, com a mínim, mitja pàgina i una fotografia per cada una d'elles.



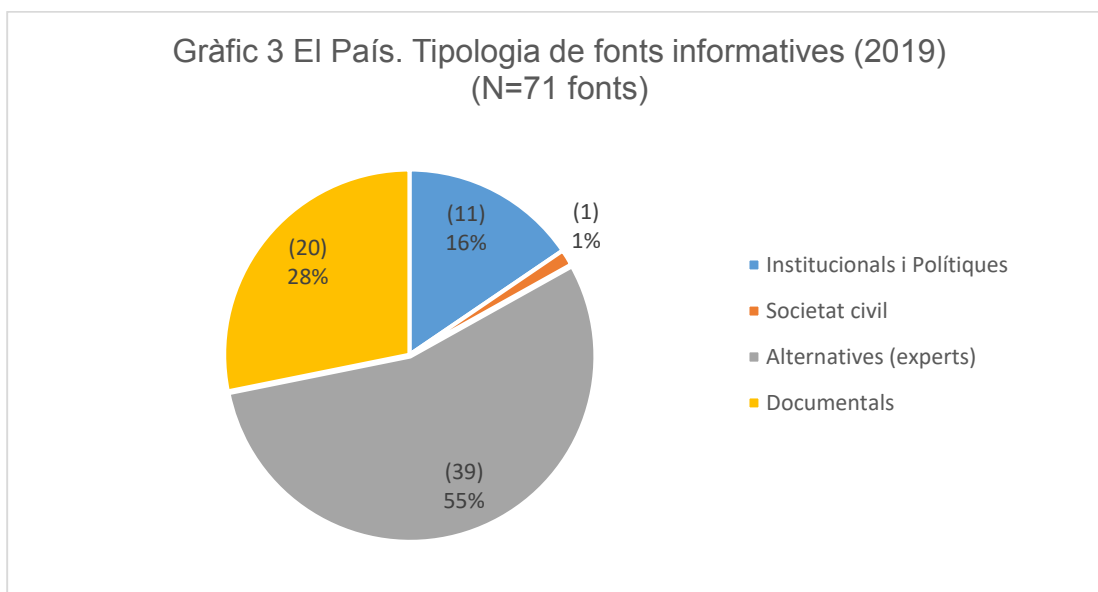
Font: elaboració pròpia

Seguint la tendència vista en els quatre diaris anteriors, el País presenta una correcta atribució de fonts, esmentant nom, cognoms i càrrec que ocupa la font en un 86% dels casos. Un exemple de correcta atribució seria el següent, extret d'una de les peces analitzades: "Tatiana Feuerborn, investigadora del Centro de Paleogenética de la Universidad de Estocolmo y el Museo de Historia Natural de Suecia, y coautora del estudio".

Un 13% de les fonts està parcialment identificades, utilitzant termes més genèrics com "según el grupo de investigadores" o "los arqueólogos cuentan a el País". Com a fet anecdòtic, hi ha hagut un cas de font oculta, però és residual i no significatiu. El 96% de les notícies arqueològiques estan firmades, evitant el posar només les inicials del nom del redactor. Tal i com ha passat amb el Periódico, s'ha apreciat l'especialització de periodistes en les informacions sobre jaciments arqueològics. Més concretament, destaca Vicente G. Olaya, amb un 33% de notícies que porten la seva firma. Les seves peces presenten documentació prèvia i molt detall, convertint-se així en un valor segur per aconseguir qualitat periodística.

Els periodistes que escriuen sobre arqueologia ho acostumen a fer, en la majoria dels casos, des del lloc on s'ha produït el fet noticiós, aconseguint la informació de les fonts de primera mà, i no des de la redacció de Madrid.

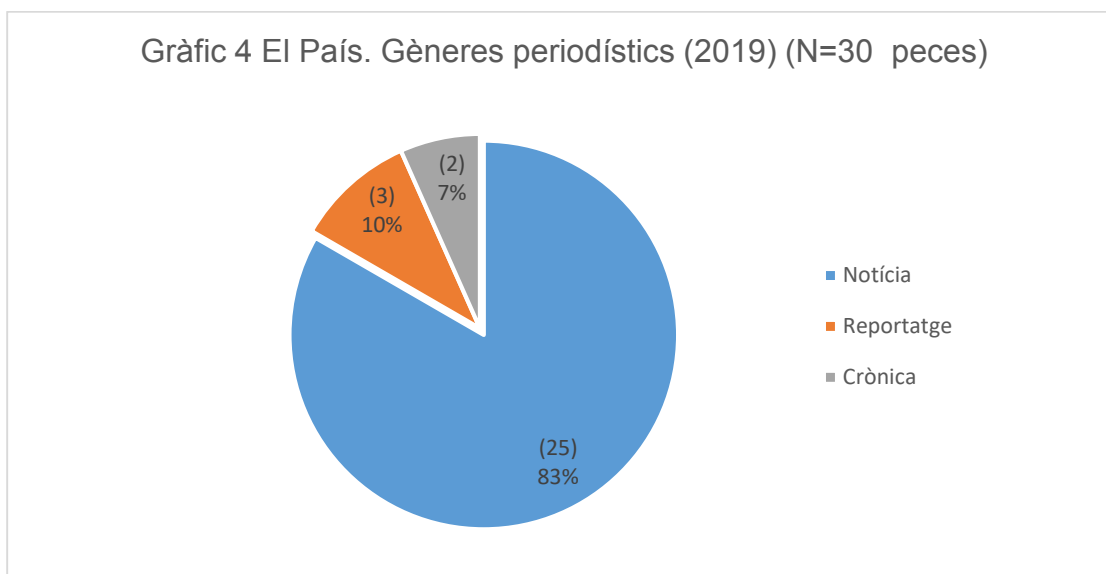
Gràfic 3 El País. Tipologia de fonts informatives (2019)
(N=71 fonts)



Font: elaboració pròpia

El 55% de les fonts a les notícies arqueològiques de el País són experts, un valor molt semblant al vist a el Mundo (52%), la Vanguardia (54%) i El Periódico (58%). Dins d'aquestes fonts expertes, a part dels arqueòlegs – els més majoritaris – hi trobem molta varietat de professionals, des de catedràtics i comissaris de mostres fins a investigadors i científics, tots relacionats amb l'àmplia disciplina que és l'arqueologia. A el País, les fonts expertes i documentals sumen un 83% del total, fet que demostra la qualitat periodística dels continguts exposats, sent però un valor menor al de el Periódico (92% d'expertes i documentals). En les notícies arqueològiques, les fonts expertes i documentals seran les que més credibilitat aportaran.

Un 16% de les fonts de el País són institucionals i polítiques, apareixent aquestes a les peces en les que intervenen i es relacionen, per motius diversos, administracions públiques i professionals de l'arqueologia. D'altra banda, la tipologia de societat civil és residual (1%). El País utilitza el periodisme d'investigació a les notícies sobre arqueologia, quelcom que podria semblar incompatible, i que no s'ha vist als altres periòdics. A tall d'exemple, es publiquen documents d'accés reservat sobre jaciments, als quals el diari ha pogut accedir-hi mitjançant una investigació periodística.



Font: elaboració pròpia

Els gèneres interpretatius tenen poca presència a les peces d'arqueologia de el País, representants en un 17% del total. Vuit de cada deu pertanyen al gènere informatiu, una tendència vista també a la Vanguardia, 20 minutos i el Mundo, que tenen també el 80% o més del mateix gènere periodístic, la notícia.

Els gèneres interpretatius permeten que el lector no especialitzat, que llegeix premsa generalista, profunditzi en els continguts sobre arqueologia, quelcom que no és tan plausible a una notícia. Els gèneres interpretatius no haurien d'anar dirigits al públic especialitzat, que, amb tota probabilitat, ja opta per comprar en paper o llegir *online* revistes que es dediquen exclusivament a aquesta temàtica.

Resumidament, el País respecta l'estàndard professional, aportant dues o tres fonts a les seves peces, tot i que, tal i com passa amb el Periódico, no apareixen notícies amb més de tres (17% del total). Les fonts informatives són atribuïdes correctament, i són els experts i les documentals – com revistes científiques i llibres – qui proporcionen les informacions periodístiques. L'ús de gèneres interpretatius, però, és escàs.

Els termes més recurrents del diari propietat del grupo Prisa per referir-se a l'arqueòleg i l'arqueologia són, de major grau a menor, "investigadors", "experts", "autors" i "tècnics". Tal i com passa amb el Mundo, a el País els temes arqueològics més recurrents són els nacionals, destacant l'edat antiga, i, més concretament, els regnes

visigots de la Península Ibèrica. En menor mesura també s'hi tracten la prehistòria, els dinosaures, i el franquisme, respectivament.

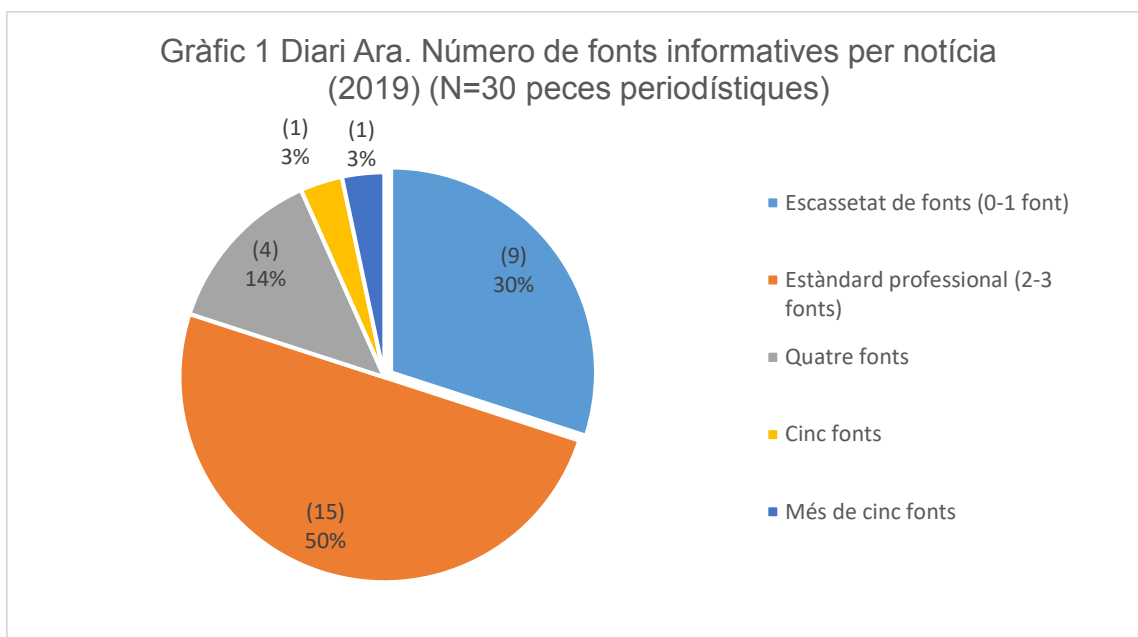
A el País s'aposta pels titulars creatius, representant un 40% del total. Dins d'aquests, en trobem per captar l'atenció, com ara "asesinato en el campo de hockey", "los leones que cambiaron la prehistoria" y "con el cáliz hasta la tumba". Tenen un punt simplista, i fins i tot, sensacionalista, però el contingut interior és elaborat i, a més, permeten atraure públic no especialitzat.

En quant a l'anàlisi del text i construcció de la notícia, l'estil és acadèmic, i el País és, dels diaris analitzats, el que profunditza més i té una terminologia més tècnica als seus missatges informatius sobre arqueologia. Aquest nivell de detall en les descripcions és positiu, ja que evita la simplificació d'una disciplina amb tants matisos com és l'arqueologia, que no es limita a, com se sol dir, "desenterrar ossos".

No obstant això, la terminologia tècnica pot perjudicar la divulgació dels continguts en un mitjà de caire generalista com és el País, sent necessari un punt intermedi entre les dues pràctiques. No s'ha detectat la presència d'estereotips sobre arqueologia a les peces analitzades, i tampoc s'han apreciat faltes a les pautes ètiques de comunicació social de la ciència.

4.6 Diari Ara

El Diari Ara és l'únic dels sis analitzats que publica la versió en premsa escrita exclusivament en català, i és el de més recent creació. Com és lògic, el seu pes en el conjunt de l'estat és menor, amb 98000 lectors diaris, però s'ha considerat interessant per aportar varietat a la mostra, i veure si presenta trets característics. Ara és el segon diari en número de lectors en premsa escrita a Catalunya, per darrere del Punt Avui, segons l'última onada de l'Estudio General de Medios (EGM). Dels diaris que publiquen en català la seva versió digital, l'Ara és el que té més lectors a Catalunya. Dit això, passem ara a analitzar les seves peces sobre arqueologia.

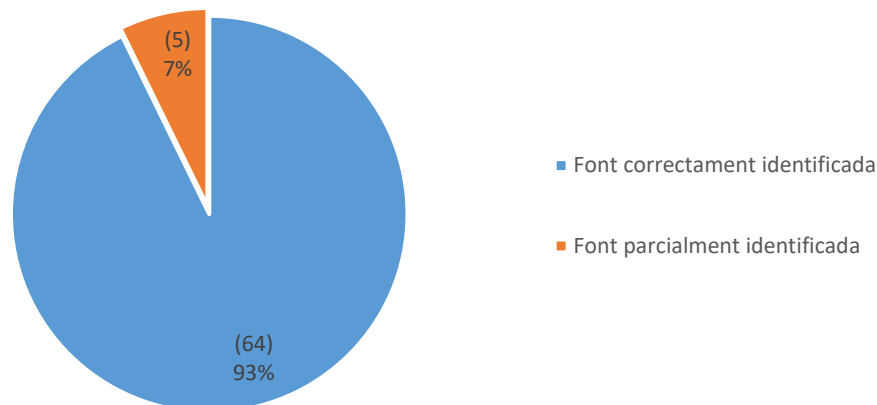


Font: elaboració pròpia

El 50% de les peces periodístiques sobre arqueologia del diari Ara en premsa escrita respecten l'estàndard professional, i compten amb dues o tres fonts. És més, el 70% tenen dues fonts o més, fet que s'interpreta com una aposta per la qualitat periodística. No obstant això, només hi ha dues peces que tenen més de quatre fonts, una dinàmica que, en certs casos, condueix a la repetició d'una mateixa veu en moltes parts de la notícia, i que també s'ha vist a altres mitjans.

Un 30% dels missatges informatius tenen escassetat de fonts (0-1), un indicatiu semblant a l'obtingut per el País, la Vanguardia i el Periódico. Les notícies sense fonts acostumen a no portar la firma del periodista, a tractar-se de publireportatges o promocions d'exposicions, i a ser més breus que la resta. Durant el període analitzat el diari Ara ha publicat un reportatge i una notícia sobre arqueologia realitzades pel New York Times, i traduïdes al català. Aquesta pràctica no s'ha vist a cap dels altres cinc diaris en premsa escrita que formen part de l'objecte d'estudi.

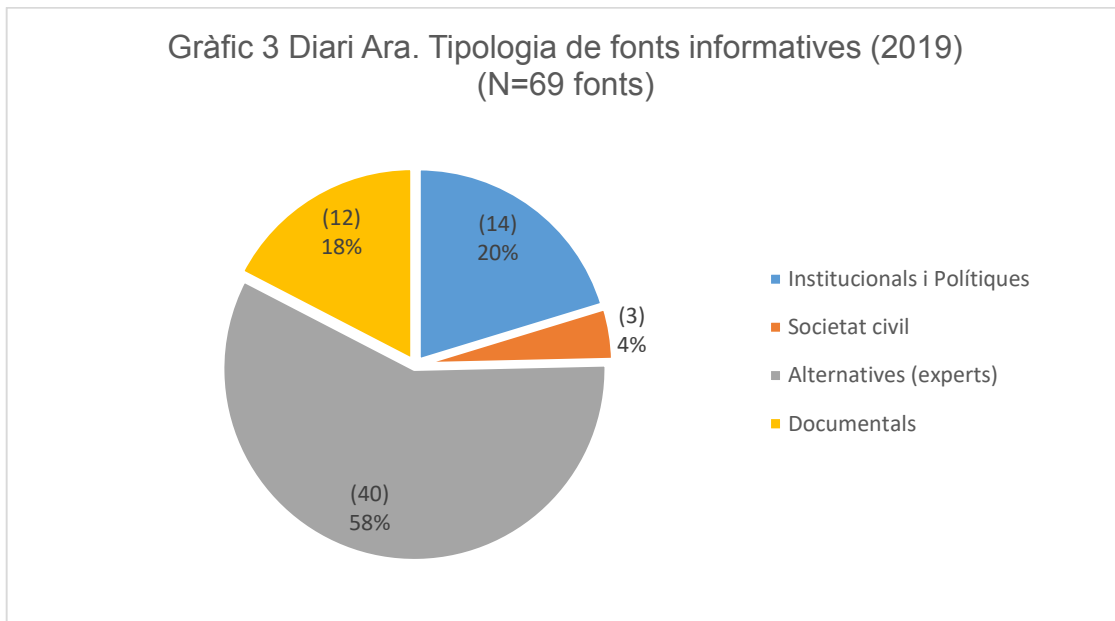
Gràfic 2 Diari Ara. Tipus d'identificació de les fonts en les notícies (2019) (N=69 fonts)



Font: elaboració pròpia

El diari Ara atribueix la fonts correctament, i només en un 7% dels casos s'especifica parcialment d'on s'ha tret la informació. En nou de cada deu notícies s'aporta el nom, cognoms i càrrec complet de la font, per exemple, d'un expert: "Tomàs Marquès, investigador de l'ICREA i director de l'Institut de Biologia Evolutiva de la Universitat Pompeu Fabra i el CSIC". Aquesta manera de citar augmenta l'indicatiu de transparència de cara al lector, i l'hi permet buscar més informació de la persona en cas que hi estigui interessat. L'altre manera, que s'ha vist en un 7% del total, correspon a posar entre cometes allò que ha dit "un grup de científics", a tall d'exemple.

Només el 13% de les notícies arqueològiques no estan firmades, optant en tal cas per posar "Ara" seguit del lloc des d'on s'ha redactat la peça. S'ha vist una especialització en arqueologia d'un grup format per quatre redactors, que firmen moltes de les peces treballades. Un d'ells és Toni Pou, físic i periodista especialitzat en ciència. Tenir redactors que coneixen de primera mà la divulgació científica ajudarà a l'augment de la qualitat dels continguts publicats d'una ciència com l'arqueologia. A més, minimitza les possibilitats de caure en sensacionalismes i afirmar fets que no estiguin comprovats científicament.

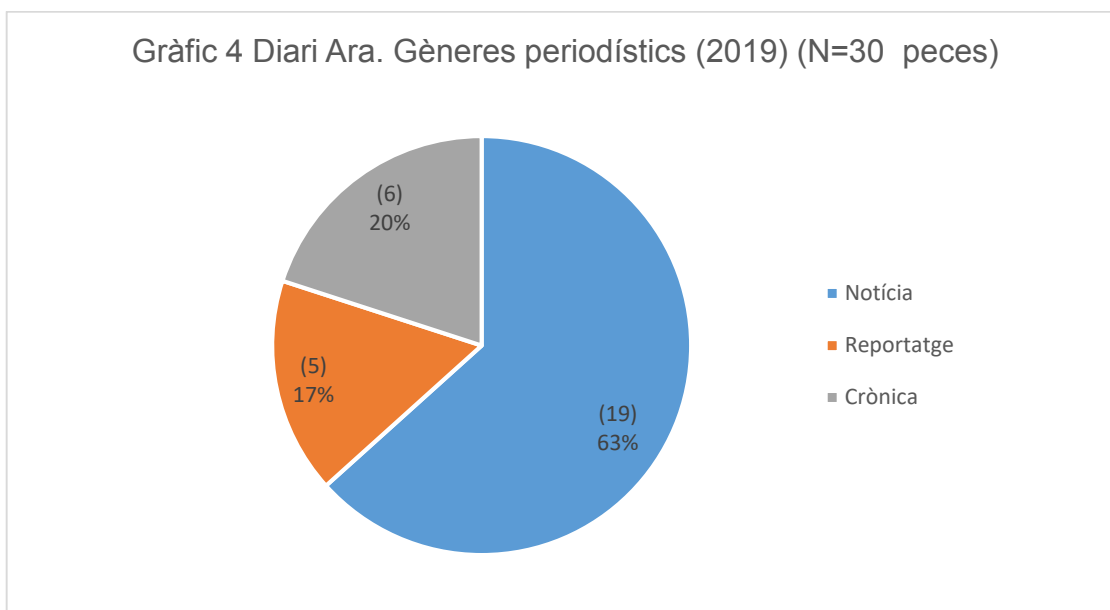


Font: elaboració pròpia

La tipologia de fonts més majoritària a les notícies arqueològiques del diari Ara són els experts (58%), on hi trobem, sobretot, membres d'equips d'investigació científica, integrats per arqueòlegs, paleontòlegs i genetistes, entre altres. Anecdòticament, hi ha un article publicat en premsa escrita firmat per David Bueno, director de la càtedra de Neuroeducació UB-Edu1st. No és habitual veure peces escrites per científics i no periodistes, almenys en l'anàlisi fet per l'objecte d'estudi del present treball.

També trobem un altre grup d'experts format per historiadors, catedràtics i comissaris d'exposicions, tot i que no és tan nombrós com el primer. El 76% de les fonts són expertes o documentals, un indicador que mostra qualitat en els continguts. Les documentals són, majoritàriament, revistes científiques com *Nature*, *L'Archéologie* o *Science*.

Hi ha una quantitat considerable de fonts institucionals i polítiques, que s'explica pels missatges informatius que tracten sobre disputes administratives, en les que s'hi veuen involucrats jaciments. Per fer-ho més entenedor, hi ha una peça on s'explica la problemàtica a l'hora de edificar sòl urbanitzable a Empúries, una zona hi trobem restes arqueològiques gregues, romanes i medievals de gran valor, en un mateix espai. Només aquesta peça ja té tres fonts institucionals i polítiques. Com a valor residual, hi ha un 4% de ciutadans individuals dels quals s'obté informació.



Font: elaboració pròpia

El gènere periodístic que domina els missatges informatius sobre arqueologia del diari Ara és la notícia (63%). Tot i això, el valor és baix si el comparem amb La Vanguardia, el Mundo, 20 minutos i el País, que superen el 80% en aquest indicador. Comparteix característica, per tant, amb el Periódico, que té un 60% de notícies entre el total de peces. L'Ara compte amb el percentatge més elevat de cròniques (20%) dels sis mitjans analitzats. Això s'explica per un conjunt de cròniques en format seqüencial realitzades pel periodista Daniel Romaní. En elles, Romaní visita castells de la geografia catalana, acompanyat per un expert, al que li fa preguntes sobre el monument que està contemplant.

D'altra banda, un 17% són reportatges, d'una extensió considerable i amb l'ús d'elements gràfics per facilitar la comprensió del text. En destaca un, de cinc pàgines, en el que el divulgador científic Toni Pou treballa com a voluntari excavant al jaciment prehistòric del barranc de la Boella, al camp de Tarragona, on investigadors de l'Institut de Paleoecologia Humana i Evolució Social busquen restes de fauna, des de mamuts fins a hienes gegants. De tot això Pou n'elabora un diari de camp, ordenat cronològicament, relatant les activitats que fa cada dia.

El diari Ara i el Periódico són els que tenen, per tant, un percentatge més alt de gèneres interpretatius, amb un 37 i un 38%, respectivament. Reportatges i cròniques

com els explicats ajuden a apropar l'arqueologia al lector des d'un punt de vista diferent al que està acostumat.

Els termes que més utilitza l'Ara per referir-se als arqueòlegs són "investigadors", "experts" i "tècnics". Aquests són molt semblants i es repeteixen en tots els diaris analitzats. En quant a l'arqueologia, són "jaciment", "patrimoni" i "ruïnes". Un 73% de les peces analitzades són sobre fets noticiosos arqueològics que han passat a Catalunya, una característica que ja es podia preveure tenint en compte el públic del mitjà, que redacta únicament en català. La temàtica més habitual és la prehistòria i les diferents espècies humanes que han existit, seguit de la civilització romana, amb un pes destacat del jaciment de Baetulo (Badalona).

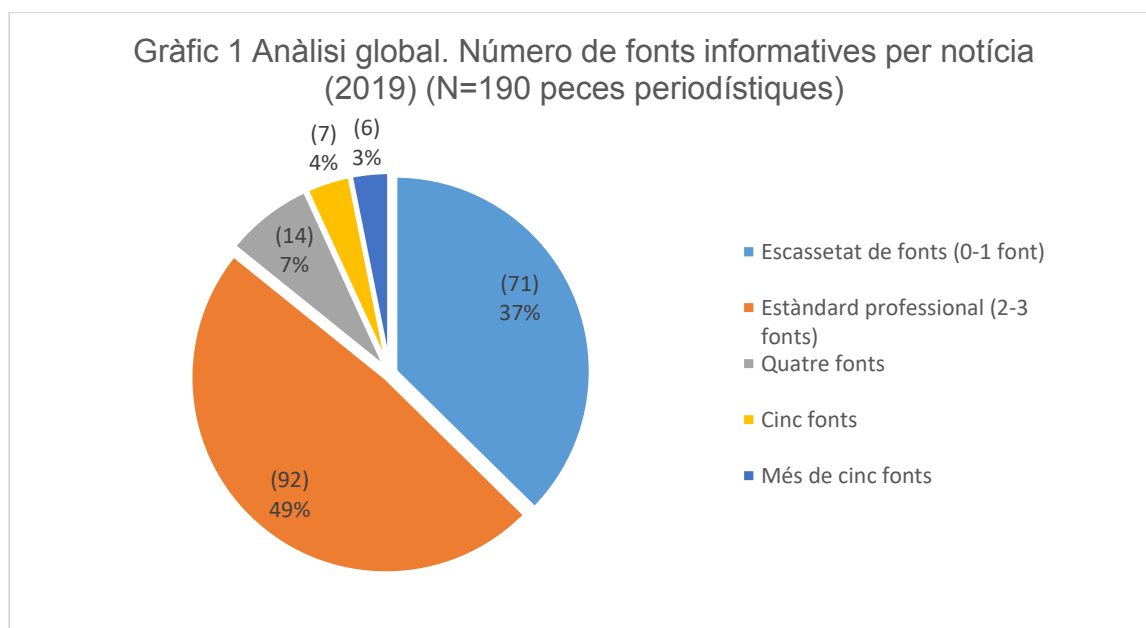
A l'Ara hi tenen molta presència els titulars descriptius (70%), apostant menys pels creatius. Alguns d'aquests últims tenen format d'interrogació, per exemple "Com era el port de Tarragona fa més de dos mil anys?", o també s'inclinen per captar l'atenció del lector, com ara el següent: "El misteriós 'ieti' de fa dos milions d'anys era del llinatge dels orangutans". S'utilitza un adjectiu poc científic com "misteriós" i, a més, s'inclou una personatge popular com el 'ieti', que és conegut pel lector no especialitzat, i pot fer que s'interessi per la notícia, tot i que un ús excessiu suposa una pèrdua de credibilitat.

L'estil d'escriptura del diari és l'habitual d'un mitjà en premsa escrita, evita les valoracions personals del periodista, i es limita a informar del fet noticiós aportant dades contrastades i fonts. Aquesta característica és comuna a tots els mitjans de l'objecte d'estudi.

L'Ara utilitza terminologia tècnica a les seves notícies, dedicant, per exemple, una sencera a explicar la tècnica paleoproteòmica, que servirà per analitzar restes extremadament antigues, les que superen els centenars de milers d'anys d'antiguitat. En la majoria de casos analitzats s'ha citat expressament la font informativa, s'ha distingit la informació de l'opinió, i s'ha potenciat l'especialització científica, en resum, s'han respectat les pautes ètiques de comunicació social de la ciència.

4.7 Anàlisi global

Com a últim apartat del treball de camp, passem a analitzar conjuntament les peces sobre arqueologia de la Vanguardia, 20 minutos, el Mundo, el Periódico, el País i el diari Ara. Això ens permetrà tenir una visió qualitativa general de com informen sobre arqueologia sis dels principals mitjans de comunicació del nostre país, que representen el 38,27% del total de lectors diaris a Espanya, segons l'última onada de l'Estudio General de Medios (EGM), corresponent al primer trimestre de l'any 2020.

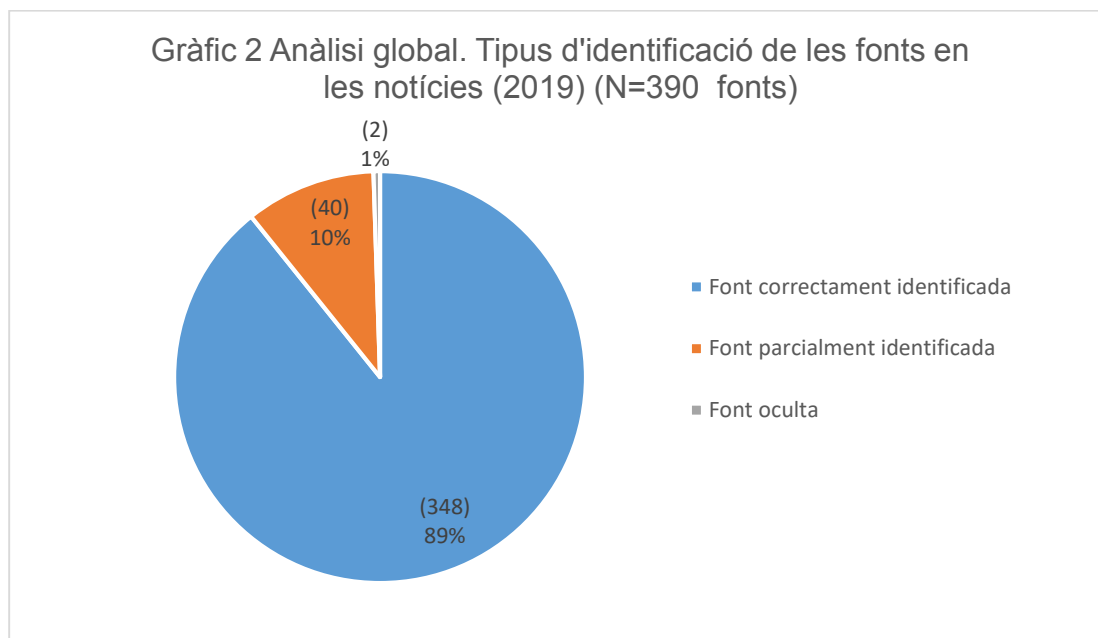


Font: elaboració pròpia

Com a resultats globals tenim que pràcticament la meitat (49%) del total de peces analitzades respecten l'estàndard professional, i inclouen entre dues i tres fonts en cada una. Tenim un 63% de missatges informatius que tenen dues fonts o més, tot i que el percentatge de cinc fonts (4%), i més de cinc fonts (3%) és residual. Això ens indica una repetició en l'ús d'aquestes, que limita les diferents versions sobre un mateix fet noticiós.

L'anàlisi ens mostra que un 37% de les notícies analitzades contenen una o cap font, un valor elevat. Una poca presència de fonts informatives minva la qualitat periodística dels continguts sobre arqueologia. El contrast de diverses veus d'un mateix fet és la

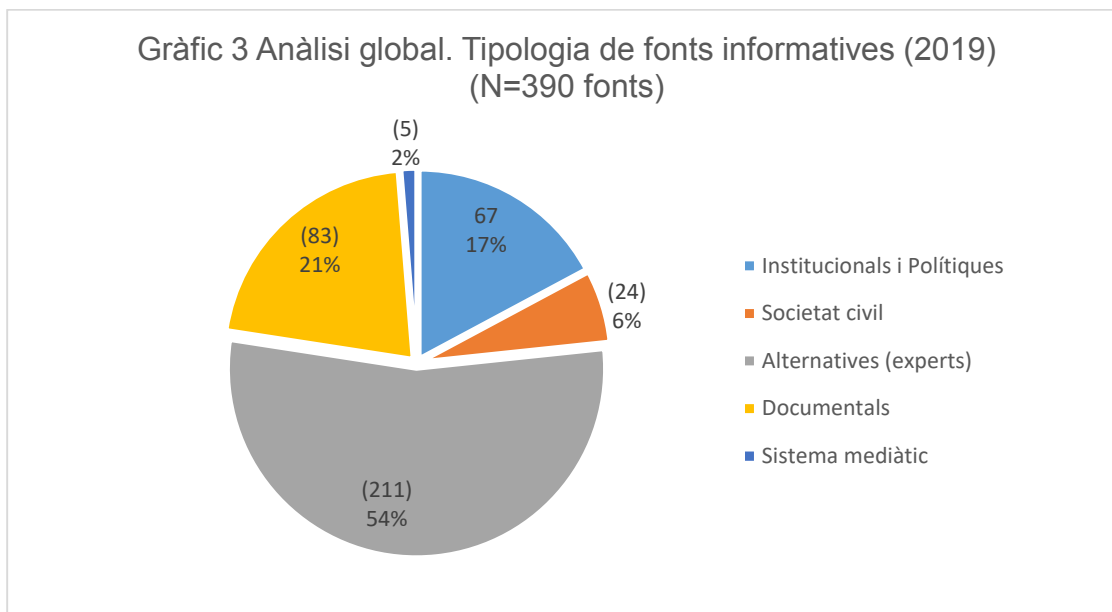
base que necessita el diari per gaudir de credibilitat i pluralisme sobre el que està informant.



Font: elaboració pròpia

Una majoria molt àmplia de les fonts analitzades estan correctament identificades (89%), fet que ens indica transparència. Quan la font està ben identificada, el periodista indica els noms, cognoms i professió i/o càrrec actual de la persona de la qual ha obtingut informació. Una de cada deu està parcialment identificada, això és, quan es cita de manera genèrica, ometent una part significativa.

Només s'han detectat dos casos de font oculta, quan no es proporciona ni s'atribueix a ningú allò publicat al mitjà. La ocultació pot provenir d'una mala praxis periodística o, també, de la necessitat d'amagar qui ens ha proporcionat la informació per garantir la seva integritat. Aquest últim cas no és gens habitual en les peces que ens parlen sobre el món de l'arqueologia, tal i com es pot apreciar al gràfic.

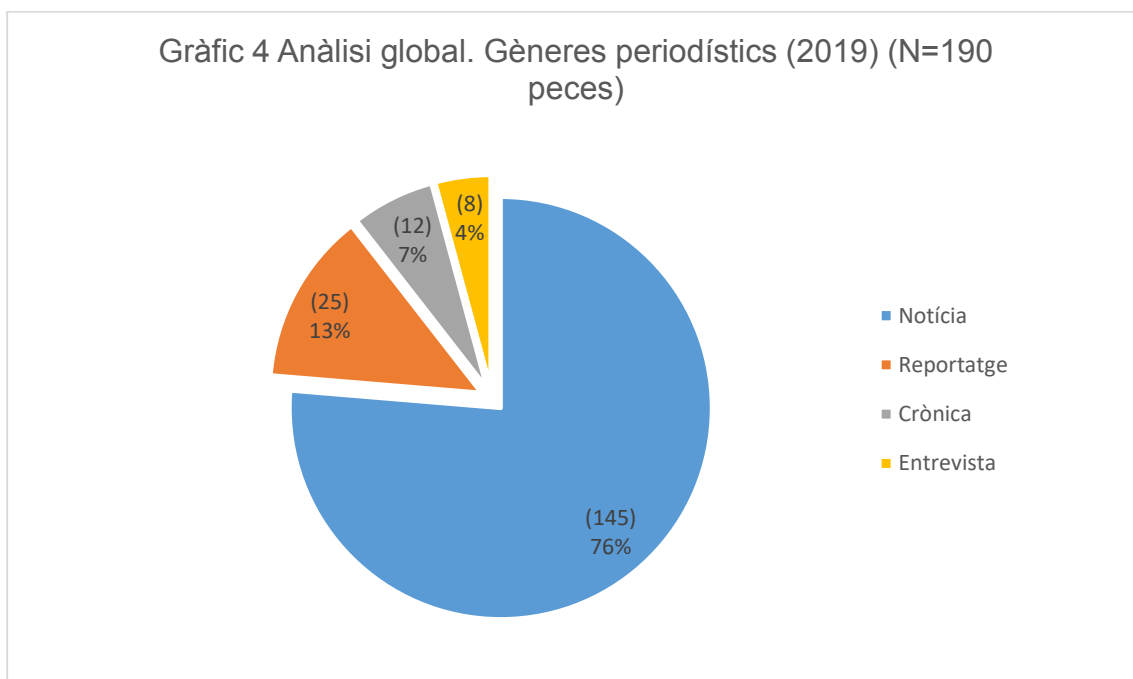


Font: elaboració pròpia

La tipologia de fonts més utilitzada pels sis diaris en premsa escrita són els experts, superant el 50% del total (54%). Les documentals es troben en segon lloc, amb un 21%, que, sumat a la dada anterior, ens dona un 75% de fonts expertes o documentals. Això mostra una bona salut del periodisme sobre arqueologia a Espanya, que prioritza en les seves peces les fonts més adequades per la divulgació científica. La rellevància de les fonts expertes és alta, utilitzant, en molts casos, investigadors del món de l'arqueologia amb reputació internacional, i que han publicat recentment articles a revistes científiques.

D'altra banda, un 17% de fonts institucionals i polítiques és adequat, doncs no s'haurien de prioritzar en peces que tracten una ciència com l'arqueologia. Les institucionals i polítiques són les que engloben qualsevol tipus d'administració pública, així com també les persones que hi treballen, com ara regidors, alcaldes, membres de governs locals i estatals etc.

Com a tipologies amb molt poca presència en la premsa, trobem un 6% relatives a la societat civil, és a dir, cites de ciutadans individuals que són d'utilitat per la investigació, i un 2% que pertanyen al sistema mediàtic. Aquestes últimes són, en tots els casos vistos, informacions extretes d'agències de notícies estatals i mitjans d'altres països.



Font: elaboració pròpia

Aquest gràfic ens mostra el domini del gènere informatiu a les peces sobre arqueologia dels sis mitjans de comunicació analitzats, amb un 76% del total. La notícia és l'element bàsic que integra un diari en paper, i és el que permet al lector informar-se concisament d'un fet noticiós.

Tot i això, la brevetat de moltes notícies que s'han analitzat no permet l'aprofundiment en temes arqueològics que ho requeririen. Per exemple, és molt difícil – en una notícia de poques línies - explicar tots els matisos que integren el descobriment d'una nova espècie del llinatge humà, i les repercussions que pot tenir.

Els gèneres interpretatius com el reportatge, la crònica o l'entrevista permeten l'aprofundiment i la varietat, a més de servir per apropar la figura de l'arqueòleg – molt estereotipada – al lector de premsa escrita generalista. Cal destacar que, a l'anàlisi del Periódico i el diari Ara, sí que s'ha trobat una major presència de gèneres interpretatius, concretament un 38 i un 37% del total, respectivament, i que els situa per sobre de la mitjana (24%).

5. Conclusions

Un cop presentada la recerca realitzada al treball de camp i l'anàlisi dels resultats obtinguts, passem a donar resposta a les preguntes d'investigació plantejades, que, recordem, eren les següents:

- (PI1): Tenen qualitat periodística els missatges informatius sobre arqueologia dels mitjans analitzats?
- (PI2): Quina imatge ens proporcionen de l'arqueòleg i l'arqueologia els missatges informatius dels mitjans analitzats?

Seguidament, es mostraran les conclusions més significatives a les quals s'ha pogut arribar durant la realització d'aquest projecte.

a) La difusió informativa en premsa escrita vinculada al món de l'arqueologia, realitzada per la Vanguardia, 20 minutos, el Mundo, el Periódico, el País i l'Ara compleix amb els estàndards de qualitat periodística, però amb falta de pluralisme. El 63% de les 190 peces analitzades tenen dues fonts o més i, per tant, compleixen l'estàndard professional. Tot i això, la repetició de les cites al llarg de la notícia és habitual, i només un 14% tenen quatre o més fonts.

b) Una part significativa de les peces treballades sobre arqueologia tenen una o cap font (37%). Això perjudica els indicadors de verificació i credibilitat, que mesuren el contrast de diverses versions d'una mateixa informació: "El contrast es converteix en un element clau per determinar la qualitat d'un producte periodístic, ja que estableix la veracitat d'una informació. El número de fonts diferents utilitzades en una notícia constitueix un patró per comprovar la incidència d'aquest criteri" (Casero i López Rabadan, 2013:81).

c) Els sis periòdics tenen un bon sistema d'atribució i citació de les fonts en una mateixa peça periodística, fet que incrementa el seu indicador de transparència i la qualitat informativa. El 89% de les 390 fonts analitzades estan correctament identificades, un 10% ho estan parcialment, i de forma residual les trobem ocultes (1%).

d) Els mitjans en premsa escrita que formen l'objecte d'estudi prioritzen l'ús de l'expert i, més concretament, de l'arqueòleg, com a font a les seves peces sobre arqueologia. Per tant, tenen un bon indicador intern de rellevància, que ens mostra la qualificació, reputació i prestigi de les fonts a les quals el periodista té accés. En la divulgació científica periodística, l'expert serà qui aportarà credibilitat i versemblança al fet noticiós que s'ha redactat.

e) Poca presència de gèneres interpretatius a les peces vinculades al món de l'arqueologia. El 76% de les 190 peces analitzades en premsa escrita són notícies, un 13% reportatges, un 7% cròniques i un 4% entrevistes. El Periódico i el diari Ara són els diaris amb més quantitat d'interpretatius, amb un 38 i un 37% del total, respectivament. La notícia és l'element bàsic dels mitjans de caire generalista, però els gèneres interpretatius permeten l'aprofundiment en els continguts de divulgació científica.

f) 20 minutos dedica pocs recursos i espai a les informacions periodístiques sobre arqueologia. És de distribució gratuïta, i s'ha volgut apreciar si això era un hàndicap a l'hora de tractar temes menys mediàtics com l'arqueologia. Dels sis mitjans, 20 minutos és el que utilitza menys fonts a les seves peces, amb un 65% que tenen o una o cap i, també, té el menor nombre de notícies arqueològiques publicades durant el període analitzat (2019), tot i que aquest diari només publica en premsa escrita de dilluns a divendres.

g) La Vanguardia, 20 minutos, el Mundo, el País, el Periódico i el diari Ara fan un bon tractament periodístic de la figura de l'arqueòleg a la seva edició en premsa escrita. Els termes més utilitzats per referir-se a aquests professionals són "investigador" i "expert", i, a més, eviten l'estereotipatge, tret de casos anecdòtics. De l'arqueologia com a disciplina científica els mitjans destaquen, sobretot, la seva importància a l'hora d'explicar l'origen de la nostre espècie.

h) Ús freqüent de publireportatges amb poques fonts, i que no s'identifiquen clarament com text publicitari. L'apartat d) de les pautes ètiques de comunicació social de la ciència (veure punt 2.3) ens recorda que "tot contingut promocional o publicitari es diferenciarà inequívocament de l'informatiu". També seria necessari una millor

distinció de la informació elaborada per empreses, institucions i gabinets de comunicació.

i) No s'han detectat procediments indignes per l'obtenció d'informació, ni ingerències d'interessos empresarials, comercials o econòmics. A més, els mitjans analitzats compleixen especialment l'apartat e) de les pautes ètiques de comunicació social de la ciència, el referent a "potenciar i assegurar l'especialització científica, per gaudir de la profunditat i el rigor necessaris en les interpretacions dels fets i els continguts dels missatges".

6. Línies de futur

Com a acabament d'aquest projecte, és adequat mencionar aspectes que no han pogut ser tractats, però que serien d'interès per a futures investigacions.

L'objecte d'estudi d'aquest treball de fi de grau ha estat enfocat a la premsa escrita exclusivament, al representar aquesta el periodisme més clàssic i acadèmic. No obstant això, les versions digitals de la Vanguardia, 20 minutos, el Mundo, el Periódico, el País i l'Ara ja tenen un pes molt considerable, i s'intueix una davallada dels diaris en paper els propers anys.

Per tot això, seria d'interès una investigació sobre el tractament de l'arqueologia a la premsa digital catalana i estatal. Si fos escaient, es podria comparar amb la versió en premsa escrita, i mesurar si hi ha pèrdua de qualitat periodística en un context de constant actualització i notícies al minut com el que vivim. També es podrien analitzar els mitjans exclusivament digitals, i veure si el fet de reduir els costos d'impremta i distribució, repercuteix en un millor tractament periodístic de l'arqueologia i la ciència en general. Un altre línia d'investigació podria anar enfocada als mitjans de comunicació gratuïts, analitzant si aquesta característica els suposa haver de redactar peces menys elaborades sobre arqueologia, o, és més, havent de prioritzar altres temes que considerin que puguin interessar més als seus lectors i públic objectiu. En aquest treball de fi de grau s'ha vist el cas de 20 minutos, però seria interessant ampliar-ho a més diaris de distribució gratuïta, a nivell estatal o regional.

7. Bibliografía

- Arias, A. i Chávez, S. (Eds). (1999). "La Arqueología, ¿Qué es y qué significa?". *Cultura y poder. Cuadernos de antropología*, 10, p.57-63
- Aruguete, N. (2009). "Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting", *Ecos de la comunicación*, 2(2), p.11-38
- Bahn, P. i Renfrew, C. (2012). *La Arqueología. Teoría, métodos i pràctiques*. Madrid: Ediciones Akal
- McCombs, M. y Shaw, D. (1972). The agenda setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36 p.176-187
- McCombs, M. (2010): "Expanding our theoretical maps: Psychology and agenda-setting", *Central European Journal of Communication*, 2, p.197-206
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda*. Barcelona: Paidós
- Berger, Peter L. y Thomas Luckmann (1968), *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires: Amorrortu
- Acosta Peña, R. (2013). "Producción y circulación de la noticia. El newsmaking". *Ensayos*, 13, p. 65-75
- Robledo, J., Esparza, M. (2014). "El manejo de la información en la construcción de la realidad: algunos elementos para pensar a la ley de identidad de género en los medios de comunicación". *Question*, 1(42), p.203-214.
- López, Manuel. (1995). *Como se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación*. Barcelona: Paidós
- Loo-Vázquez, J., Gámez-Paz, D., Lamarque-Vega, E., Domínguez-Quevedo, L., & Haber-Guerra, Y. (2016). "Del Gatekeeper al Content Curator: cambiar algo para que no cambie nada". *Razón Y Palabra*, 20(1_92), p.1149-1171.
- Wolf, Mauro. (1987). *La investigación en la comunicación de masas. Críticas Perspectivas*, Barcelona: Paidós

Casero, A. (2008). *La producción de la información audiovisual. Teoría y técnica de la producción audiovisual*. València: Tirant lo Blanc

Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Como se forma el presente*, Barcelona: Paidós

Bernabéu Morón, N. (2012). *La noticia y el reportaje: Proyecto mediascopio prensa. la lectura de la prensa escrita en el aula*. Madrid: Centro de Investigación y Documentación Educativa (CIDE)

Grijelmo, A. (1997). *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus

Ladeveze Nuñez, L. (1995). *Introducción al periodismo escrito*, Barcelona: Ariel Comunicación

Bernal, S. Chillón, A. (1985). *Periodismo informativo y de creación*. Barcelona: Mitre

Gómez Mompart, J; Gutiérrez Lozano, J i Palau Sampio, D (eds.) (2013). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. València: PUV. Col·lecció Aldea global.

O'Donnell, P., Mcknight, D. (2012): *Journalism at the speed of bytes. Australian newspapers in the 21st century*. University of Sydney, Department of Media and Communications: Sydney.

GONZÁLEZ-GOROSARRI, M. (2018). "Calidad de las noticias y paridad informativa de protagonistas y fuentes". *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura* 58, p.29-46.

Ramírez de la Piscina, T. Gorosarri, M Gz. Aiestaran, A. Zabalondo, B. Agirre, A (2014): "Periodismo de calidad en tiempos de crisis: Un análisis de la evolución de la prensa europea de referencia (2001-2012)". *Revista Latina de Comunicación Social* 69, p. 248-274.

Bonomo, M.; Prates, L.; Madrid, P.; Di Padro, V.; León, C.; Angrizani, R.; Pedersoli, C.; Bagaloni, V. (2010). "Arqueología: conocer el pasado a través de los objetos". *Museo*, 3 (24), p.16-28.

Finn, C (2001). "Mixed messages Archaeology and the Media". *Public Archaeology*, 1 (4), p.261-268.

Conforti, M.E. i Luz Endere, M. (2012). "La imagen de la arqueología y el patrimonio arqueológico en los medios de comunicación. Un análisis sobre la prensa gráfica local". *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología* 14 p.163-184

Holtorf, C. (2007). *Archaeology is a Brand! The Meaning of Archaeology in Contemporary Popular Culture*. Londres: Archaeopress

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

Ascherson, N. (2000). Editorial. *Public Archaeology*. 1 (1), p.1-4.

ALMANSA, J. (2011). "Arqueología para todos los públicos. Hacia una definición de la arqueología pública a 'la española'". *Revista ArqueoWeb* 13, p. 87-107

Maciá-Barber, C. (2020). "La fuente informativa como un indicador de la calidad periodística. El caso de la comunicación pública de la Arqueología". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26(1), p.197-206

Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Macmillan: Nova York

Lozano, J.C. (2007). "Newsmaking y gatekeeping: como se producen las noticias". *Ediciones Universidad de Salamanca*, p. 17-34

Dijk, T. A. Van (1996). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós

Lavín, A.C, Yañez, A, Laín, M. (1996). "Arqueología y medios de comunicación". *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico* 14(4), p.98-103

Arrueta, C. (2010). *Los diarios como actores influyentes del sistema público. Tensiones en torno al proceso de construcción de la realidad*. Antofagasta: Chile

Retegui, L. (2017). "La construcción de la noticia desde el lugar del emisor. Una revisión del newsmaking". *Revista Mexicana de Opinión Pública* 23(12), p.103-121

Mc Quail, D. i Windahl, S. (1984). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona: Eunsa

Ortells-Badenes, S. (2014). “Los criterios de noticiabilidad periodística en los programas de infoentretenimiento”. *Text & Visual Media* 7, p.207-220

López de Heredia, J. (2010). “Comprensión y uso de la arqueología en la sociedad actual”. *Estat Crític* 5(1), p.114-120

MENESES, M. D. (2011). “Periodismo, medias y patrimonio: de la curiosidad arqueológica y paleontológica a la ciencia y al desarrollo zonal”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 17, nº 2. p.365-381.

MENESES, M.D. (2004). “Prehistoria investigada, prehistoria divulgada. Tratamiento periodístico. El acervo prehistórico y arqueológico en prensa diaria”. *Espacio, Tiempo y Forma*, nº 16-17. p.357-371.

Ruiz Zapatero, G. (2009). “La divulgación arqueológica: las ideologías ocultas”. *Cuadernos de Prehistoria y Arqueología de la Universidad de Granada (CPAG)*, 19, p. 11-36.

Bernardo Paniagua, J. M (2013). “Calidad periodística”. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 6, p.239-242.