

La ciencia al alcance de la sociedad a través de los medios de comunicación

Patricia Martínez García

Directora de comunicación e imagen corporativa de la Fundación Atapuerca

Hoy día casi todo el mundo conoce o, por lo menos, ha oído hablar en alguna ocasión de los yacimientos de la Sierra de Atapuerca. Es posible que sea la primera vez que palabras como homínido, cráneo 5, Dolina, paleontología o evolución suenen con una significación tan popular y contextualizada. No obstante, me gustaría dedicar unas líneas para explicar de manera muy sucinta qué es la Sierra de Atapuerca y por qué es importante. El Proyecto Atapuerca estudia y excava un sistema kárstico, donde se han hallado los restos de tres homínidos diferentes (*Homo antecessor*, *heidelbergensis* y *sapiens*). Por tanto, los yacimientos pleistocenos de la Sierra de Atapuerca contienen el registro fósil más completo para comprender el proceso de evolución humana en Eurasia desde hace más de un millón y medio de años. Son patrimonio de todos, según la declaración otorgada en el año 2000 por la UNESCO. Pero además de la investigación, el conjunto arqueológico, la propia Sierra de Atapuerca, los equipamientos turísticos existentes y los proyectados en la ciudad de Burgos, están desarrollando un modelo de turismo cultural que se integra en los recursos tradicionales de la comunidad de Castilla y León con una gran proyección universal. El conjunto de la Sierra de Atapuerca es el resultado del trabajo en equipo de investigadores, instituciones y ciudadanía, con el fin de crear el mayor y más completo espacio cultural dedicado a la evolución humana.

Todo esto ha sucedido gracias a la labor de socialización y divulgación del Equipo de Investigación de Atapuerca; al trabajo de comunicación de los centros de investigación y de la Fundación Atapuerca y por supuesto gracias a la labor

que han desarrollado los medios de comunicación primero locales y, más tarde, nacionales e internacionales.

La Fundación Atapuerca nació hace 12 años y desde su constitución ha jugado un papel relevante en el proceso que ha dado lugar a que los yacimientos de la Sierra de Atapuerca estén ahora acompañados por ese conjunto de nuevos elementos que se integran en el llamado Sistema Atapuerca Cultura de la Evolución (Museo de la Evolución Humana, Parque Arqueológico, Centros de Recepción de Visitantes en Atapuerca e Ibeas de Juarros...). La Fundación tiene unos claros objetivos; el apoyo al Equipo de Investigación de Atapuerca, la optimización de las visitas a los yacimientos y la mejora de su entorno territorial como elemento auxiliar e instrumental de las administraciones territoriales responsables.

La estrategia de comunicación de este proyecto es dotar al mensaje de la credibilidad propia de un proyecto científico, contextualizar con el fin de mejorar la comprensión del contenido, adaptarse al público al que va dirigido, usando las palabras más claras y canalizarlo a través de las vías más adecuadas para llegar al receptor. Un buen ejemplo de comunicación es la actividad que se desarrolla en las campañas de excavación. Cada verano, unos 45 días entre los meses de junio y julio, el Equipo de Investigación de Atapuerca protagoniza las excavaciones de los yacimientos de la Sierra de Atapuerca en Burgos. Durante este periodo de tiempo la ciudad burgalesa acoge a más de un centenar de investigadores de diferentes disciplinas de un gran proyecto de investigación. Doctores, investigadores, licenciados, estudiantes, investigan, excavan y descubren gran parte de la historia de nuestros antepasados. Cada vez es mayor el ansia por dar a conocer y socializar este conocimiento científico. Es por esto que día a día este proyecto promueve más interés en esta sociedad. Es en campaña de excavaciones cuando más se despierta dicho interés, los medios de comunicación, las instituciones, empresas... ansían conocer la actualidad en las excavaciones. Por ello, la comunicación cobra un importante e imprescindible papel en esta época del año. La Fundación en dicho periodo está completamente dedicada a la excavación, cumpliendo así uno de sus principales objetivos que es el apoyo al Equipo de Investigación de Atapuerca (EIA). Dado el crecimiento de interés por esta información dicho equipo cuenta con personal dedicado a la comunicación tanto externa como interna. Esta labor consiste en interactuar entre los medios de comunicación y el EIA. Este trabajo es desarrollado desde la Fundación Atapuerca también. No obstante, la comunicación en excavaciones no solo tiene interés local sino también nacional e internacional. Cada vez son más los medios interesados por estos yacimientos y todos ellos lo hacen constar en sus informaciones en todos los ámbitos de la comunicación (prensa, radio, televisión revistas...). Todas las campañas de excavación los medios de comunicación dedican unos minutos a dar información sobre el EIA y sus trabajos en las excavaciones. El objetivo primordial de este proyecto desde los inicios, hace más de 30 años, ha sido acercar el trabajo de campo a la sociedad y explicar cómo ha sido la vida de nuestros antepasados.

El programa de comunicación diseñado por la Fundación tiene dos enfoques: uno de carácter científico, que informa y explica de forma continuada a todos los públicos acerca de la investigación y los hallazgos paleoarqueológicos de la Sierra de Atapuerca, que como hemos comentado anteriormente se desarrolla más en campaña de excavaciones, y otro puramente institucional, relacionado también con los servicios culturales que presta.

Durante estos doce años la estrategia de comunicación en la Fundación ha ido evolucionando acorde con las nuevas formas de informar y socializar. Por ejemplo, en estos momentos la Fundación está intentando adentrarse en la comunicación 2.0, descubriendo y conociendo con más detalle cómo utilizar las redes sociales de forma efectiva, de cómo aplicarlas a la cultura, a la ciencia, y en definitiva hacerlas útiles para una correcta comunicación.

Pero no solo se trata de dar información y de comunicar en campaña de excavación, durante el resto del año este equipo de investigación estudia los fósiles hallados y nos muestran los resultados, los cuales se publican y envían a medios. Además, la Fundación Atapuerca tiene una herramienta de comunicación que es el *Periódico del Equipo de Investigación y la Fundación Atapuerca*. En el año 2001 se editó el primer número del *Diario de los yacimientos de la Sierra de Atapuerca*, iniciativa de miembros del Equipo de Investigación de Atapuerca, y de Cerveza San Miguel. Tras diez años de andadura y 39 números, este *Diario* da paso a una nueva publicación editada por la Fundación Atapuerca. En julio de 2011 se publicaba el primer *Periódico* de Atapuerca, fruto de la colaboración de Cerveza San Miguel y *Diario de Burgos* con la Fundación Atapuerca. Por respeto y compromiso con el medio ambiente la publicación, mensual, consta anualmente de solamente tres números impresos en papel y nueve en formato digital.

Ya se han impreso dos números, uno en julio de 2011 y otro en noviembre de 2011. Se trata de una publicación donde la investigación y la difusión están presentes en un formato manejable y atractivo. Además, es un lugar excelente para conocer las últimas noticias e investigaciones que el Equipo de Investigación de Atapuerca lleva a cabo, principalmente porque se trata de un periódico que es la voz del EIA y está en su mayoría redactado por ellos mismos de forma divulgativa. Información atractiva, cercana y multidisciplinar hacen que se haya convertido en una única fuente de información directa entre el EIA y la sociedad. Además, todas estas secciones cuentan con un texto de lectura fácil, adaptado por la Asociación de Padres y Familiares de Personas con Discapacidad Intelectual.

Además de investigar, el EIA trabaja en la socialización de la ciencia. Todos sus miembros participan en numerosas actividades de divulgación. Su objetivo no es otro que comunicar y socializar el conocimiento de la evolución humana a través de los trabajos de investigación en los yacimientos de la Sierra Atapuerca.

Para concluir, me gustaría decir que la comunicación debe ser primordial en cualquier entidad. En este caso, la Fundación cumple una importante labor; por un lado apoyar a la investigación y por otro difundir y comunicar el proyecto, que tiene una alta importancia a nivel científico en el mundo.

Referencia de este artículo:

Martínez García, Patricia (2012). La ciencia al alcance de la sociedad a través de los medios de comunicación. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº3. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 217-220. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2012.3.15>