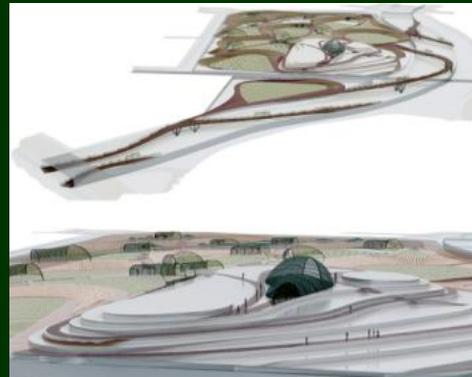


# LA LINDE

Revista digital de Arqueología Profesional



Directores: Paloma Berrocal y Víctor M. Algarra

Coordinador de la Web: Carlos Russo

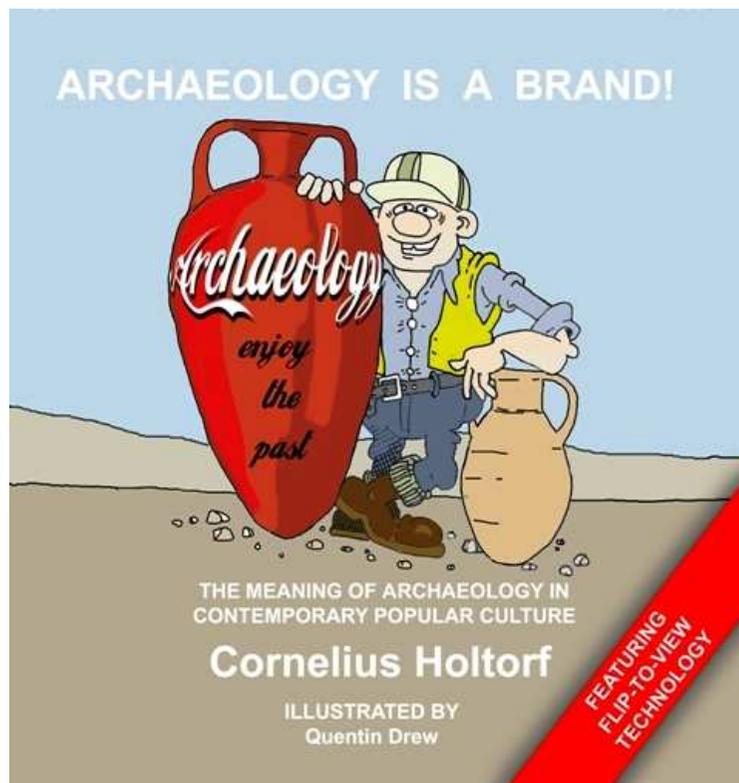
# ARCHAEOLOGY IS A BRAND! de Cornelius Holtorf. Un buen punto de partida

Tono Vizcaíno, arqueólogo

LA LINDE, 2-2014, pp. 162-166

## ARCHAEOLOGY IS A BRAND!

Holtorf, C., 2007: *Archaeology is a brand! The meaning of Archaeology in contemporary popular culture*. Oxford: Archaeopress.



Seguro que todos tenemos algún libro que nos ha marcado profesionalmente y que, de alguna manera, ha acabado convirtiéndose en nuestra particular obra de referencia, esa a la que no dudamos en volver y que, curiosamente, siempre tiene algo nuevo y diferente que aportarnos. En mi caso uno de esos puntos de apoyo lo constituye el libro emblema del genial Cornelius Holtorf, profesor de la Linnéuniversitetet (Suecia): *Archaeology is a brand!* editado en 2007 por Archaeopress.

El libro llegó a mis manos en un momento que podría definir como de encrucijada académica: acababa de defender mi tesina, lo cual era un respiro, pero a la vuelta de la esquina comenzaba a asomar y a hacerse más y más grande la sombra de un enorme ente. Sí, ese ente tenía -y tiene- forma de tesis.

Pero había algo que no me convencía de la investigación arqueológica -y que creo que es extensible a cualquier otra disciplina científica- y es su carácter hermético y la escasa repercusión que tiene más allá del ámbito estrictamente académico. Por ello pretendía dar con un tema que me permitiera poner en relación lo que yo estudiaba con nuestro entorno, con la sociedad. Quizá lo primero que le viene a uno a la cabeza al pensar en dicha relación es el tema de la divulgación, lo cual podía ser una opción. Sin embargo, en aquellos meses de *impasse* académico tuvo lugar la afortunada coincidencia y, de mano de una profesora del Departament de Prehistòria i Arqueologia de la Universitat de València, vino el libro de Holtorf.

El libro está repleto de ilustraciones de gran sentido del humor realizadas por Quentin Drew



Un libro que ya de primeras llama la atención por dos cuestiones. La primera, el título: "La arqueología es una marca". ¿Eso dice? "El significado de la arqueología en la cultura popular contemporánea", aclara el subtítulo. La segunda, las ilustraciones: además de la portada, todo el libro está plagado de ilustraciones (las esquinas inferiores se presentan a modo de folioscopio) y de recursos complementarios que lo convierten en una lectura divertida

Durante las semanas siguientes al descubrimiento tuve la oportunidad de leer el libro con calma, algo que, por otra parte, resultó necesario -al menos en mi caso- porque algunos de sus planteamientos rompían con los esquemas que yo tenía entonces sobre la manera de entender la arqueología y que ahora, en cambio, me parecen no sólo evidentes, sino también necesarios. ¿Cómo era posible que hablara de participación social en arqueología? ¿Cómo entender los clichés sobre arqueología en los *mass media* como una oportunidad y no como un obstáculo? ¿Cómo asimilar un modelo democrático de construcción de conocimiento? Y todas estas cuestiones aparecían vinculadas a un concepto único: la Arqueología Pública. Desde la primera

página del primer capítulo aparecía el contundente binomio. ¿Qué demonios era eso?

## **¿Es la sociedad la que no nos entiende? ¿O somos nosotros los que no entendemos a la sociedad?**

A medida que avanzaba en la lectura iban sucediéndose diversos temas, como el análisis de la imagen que se construye sobre la arqueología en los medios de comunicación; los estereotipos más recurrentes y las ideas que hay tras ellos; la importancia de las percepciones sociales sobre nuestra profesión, lo que incidía en la necesidad de conocer a la sociedad, etc. Y, como cierre, surgía una reflexión en torno a los distintos modelos de relación ciencia-sociedad, que van desde el más cerrado y unidireccional hasta el más abierto y participativo, con una propuesta fundamental: no se trata de preguntarse cómo podemos

convencer a la sociedad sobre los méritos de nuestra disciplina, sino, más bien, entender qué significado tiene nuestra profesión para la sociedad. Es decir, sustituir aquello del *public understanding of science* por el *scientific understanding of society*. ¿Es la sociedad la que no nos entiende? ¿O somos nosotros los que no entendemos a la sociedad?

Todo esto, además, lo hacía de una forma distendida, cargada de humor, y sin las constricciones formales tan habituales de los textos académicos.



A menudo parece como si en el ámbito académico se sobreentendiera que el humor no es compatible con la rigurosidad, que puede restar autoridad al texto, incluso legitimidad. Un planteamiento -sin duda infundado- que quedaba en total evidencia ante *Archaeology is a*

*brand!*, en la que inteligentemente se combina calidad investigadora y sentido del humor.

Lo cierto es que, personalmente, me parecía fascinante que existiera una vía de estudio dentro de la arqueología que tratara estas cuestiones y, como iría descubriendo poco a poco con nueva bibliografía y por el contacto con profesionales de la materia, muchas otras, todas de gran interés, que compartían un mismo fundamento: el vínculo entre arqueología y sociedad del presente.

Al final, el feliz encuentro con el libro de Cornelius Holtorf dio como resultado el planteamiento inicial de una tesis, ahora en proceso, que sin duda es deudora de sus discursos. En más de una ocasión he vuelto a él y, al releerlo, he descubierto nuevos matices que uno percibe a medida que va conociendo más en profundidad esta nueva manera de entender la arqueología.

Ahora bien, *Archaeology is a brand!* no es el manual que dé respuestas a los grandes interrogantes de la Arqueología Pública; ni siquiera forma parte de sus propósitos. Sin embargo, a mi modo de ver es un buen punto

de partida, una primera ventana a la que asomarse. Os animo a que os hagáis con él y, en caso de que os despierte interés, recuperéis alguna otra obra suya (*From Stonehenge to Las Vegas* también es genial) y la utilicéis como trampolín para bucear en el complejo pero imprescindible mundo de la Arqueología Pública.



## Participación social en arqueología

**Los clichés sobre arqueología en los  
*mass media*: ¡una oportunidad!**

**Por un modelo democrático de  
construcción del conocimiento**

## LA LINDE

Revista digital de Arqueología Profesional  
Nº2 / enero 2014  
Valencia

### Edita:

[FORMARQ Formación en Arqueología](#)

[Gabinete de Arqueología Algarra y Berrocal](#)

### Directores:

Paloma Berrocal Ruiz  
Víctor M. Algarra Pardo

Coordinador de la web  
Carlos Russo

### Colaboradores

Miguel Mezquida Fernández, sección Arqueología de la Guerra Civil

Antonio Vizcaíno Estevan, sección Arqueología Pública

Francesc-Xavier Duarte Martínez, sección de Arqueología de Gestión

### Diseño logo de La Linde

Assad Kassab

ISSN: 2340-3500

Distribución digital libre en <http://www.lalindearqueologia.com>

Está permitida la reproducción total o parcial de los trabajos citando la procedencia

Para contactar, recibir información o presentación de publicaciones enviad un correo electrónico a [lalindearqueologia@gmail.com](mailto:lalindearqueologia@gmail.com)