

De vacances a la prehistòria

Gabriel Alcalde i Gurt

El títol escollit per a aquest article, manllevat del titular d'una edició estiuenca d'un diari català, pot servir bé per a introduir la reflexió que pretenem dur a terme aquí sobre quina és la visió que la societat té de l'arqueologia. En podríem haver escollit molts altres que ens haurien permès, en el mateix sentit, il·lustrar la nostra aproximació inicial a aquesta visió: *Más de 500 personas toman Guissona en la tercera bacanal romana* (*La Vanguardia*, 21.7.1997), *Dos siglos de pasión por las pirámides* (*El Periódico de Cataluña*, 21.6.1998) o *En busca del mayor botín* (*El País*, 16.11.1998).

En el nostre entorn proper la societat poques vegades participa activament en el procés de gestió del patrimoni arqueològic. No està integrada de forma real en la recerca, ni en la conservació, ni en la difusió, ni tampoc intervé de manera directa i efectiva en el procés de reflexió que condueix a la patrimonialització dels elements arqueològics. En els museus, els parcs arqueològics, els jaciments visitables, a la televisió..., a la societat només se li permet ser receptora de la difusió, és a dir, se li reserva el paper de ser essencialment, o fins i tot exclusivament, «consumidora d'arqueologia». És la receptora del que les persones que es dediquen a la recerca i els sectors implicats en la difusió de l'arqueologia li transmeten del seu passat o del passat d'altres societats. Amb aquestes condicions, difícilment la gestió del patrimoni arqueològic pot respondre als interessos reals de sectors amplis de la societat.

En darrera instància, però, no són tampoc els professionals de l'arqueologia els qui tenen el paper més rellevant en aquesta transmissió i en la forma i els objectius finals de la recepció, sinó

que ve mediatitzada, la majoria de les vegades, per altres agents i altres interessos, en ocasions fins i tot aliens a la mateixa ciència arqueològica. Són aquests els que acaben conformant una determinada utilització del patrimoni arqueològic. No són, finalment, els «arqueòlegs, els nous amos de les fletxes» (DELFINO i RODRÍGUEZ, 1991).

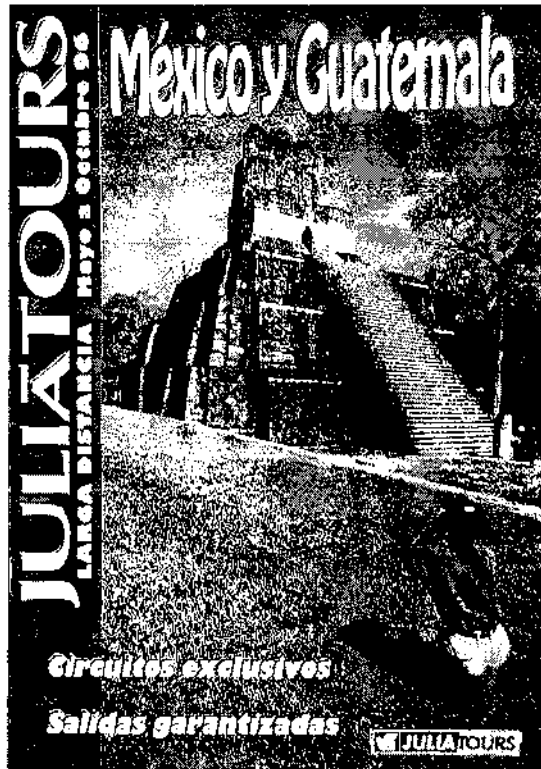
Sense cap mena de dubte, l'ús del patrimoni arqueològic s'ha «popularitzat». Efectivament, el volum del consum d'arqueologia ha experimentat en els darrers anys un canvi quantitativament espectacular. Els museus arqueològics han augmentat exponencialment el nombre de visites en els darrers decennis. Els jaciments visitables, els parcs arqueològics o els monuments arqueològics han entrat, d'alguna manera, en la vida quotidiana de la població en tant que elements que participen a procurar a la societat activitats per al temps d'oci. Aquest canvi en el consum del patrimoni arqueològic el podem veure també reflectit en la presència de l'arqueologia en la premsa diària, en revistes d'àmplia difusió o en les programacions televisives on, de manera especial, algunes temàtiques tenen una gran repercussió mediàtica. En fi, amb el fenomen de la mundialització del turisme (en relació als destins, no als practicants) una proporció importantíssima de viatges i estades es plantegen a l'entorn de recursos patrimonials arqueològics. Al costat dels destins més clàssics relacionats amb el patrimoni arqueològic, s'han incorporat nous circuits que utilitzen aquest patrimoni com a recurs.

Curiosament, aquest increment important en l'ús del patrimoni arqueològic no és proporcional a l'augment del nombre d'usuaris ni

sembla correlacionar-se amb una ampliació dels sectors de la societat a qui arriba. Segons dades de la *Encuesta de Comportamiento Cultural de los Españoles*, per exemple, l'any 1985 un 11% de la població espanyola de més de 14 anys es podia considerar com a practicant de la visita a conjunts arqueològics (SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA, 1986) o segons l'estudi sobre *Comportamiento i demandes de productes culturals a Catalunya* (1996), la visita a jaciments arqueològics és una activitat cultural citada per un 3,5% i un 8,8% de gent enquestada respectivament en els anys 1991 i 1996. Es dona una major incidència d'aquesta pràctica entre les persones amb una formació més elevada.

Paral·lelament a la tendència expansiva de l'ús del patrimoni arqueològic en la societat, s'ha estès i generalitzat entre els mateixos professionals de l'arqueologia l'ús del terme «patrimoni arqueològic». En moltes publicacions, congressos, cursos, s'incorporen les paraules «patrimoni arqueològic», en ocasions, però, essencialment amb l'objectiu i la necessitat de mostrar una actualització de la finalitat de la ciència arqueològica i aparentar un major ús social (hi ha alguns exemples d'activitats arqueològiques que han obtingut ajudes econòmiques que no haurien aconseguit només posant al davant del títol el qualificatiu de «patrimoni arqueològic!»). Es tendeix a emprar, quan es vol parlar de difusió, el terme patrimoni arqueològic com a sinònim de materials arqueològics. Al nostre entendre es produeix un error important en confondre les restes arqueològiques amb el concepte de patrimoni arqueològic. Aquest fet té una incidència específica en quin ha de ser el procés de gestió del patrimoni arqueològic i, també, en quina és la relació que s'estableix entre el patrimoni i la societat.

No tots els materials que s'obtenen en excavacions arqueològiques són realment patrimoni arqueològic. Una cosa són els materials que serveixen als professionals de la recerca arqueològica per a obtenir dades per als seus estudis i una altra els elements que la societat s'apropia com a patrimoni. En els darrers anys, amb l'aplicació, extensió i desenvolupament de tècniques d'anàlisi, el tipus i volum de restes materials que s'obtenen en les excavacions arqueològiques ha augmentat molt. La major part d'aquests objectes



Ús del patrimoni arqueològic. Portada d'un fullotó turístic.

no són, però, elements que constitueixen uns referents identitaris per la població. D'acord amb la definició que donen Vargas i Sanoja (1993) de patrimoni cultural —«la forma com es materialitza l'herència cultural»—, i entenent que aquest patrimoni pot ser assumit per la societat com a referent de la seva identitat i com a element de conscienciació social, considerem que no es pot parlar de la totalitat dels elements arqueològics com a patrimoni arqueològic, sinó que ho serien només aquells elements sotmesos a un procés d'assumpció social, o de determinats segments socials, i a la identificació amb el seu significat. El patrimoni arqueològic seria el que establiria la interrelació entre l'arqueologia i la societat. Aquí hi veuríem la clau per analitzar quina és la visió que la societat té del patrimoni arqueològic. Cal tenir en compte quins són els elements arqueològics que actualment es patrimonialitzen i amb quins objectius es patrimonialitzen i quina interpretació se'n fa, és a dir, quin és el missatge que es transmet a través del patrimoni arqueològic.

L'augment de les possibilitats d'utilització del patrimoni arqueològic per part de la societat



Ús del patrimoni arqueològic. Anunci d'una marca de cigarretes.

comporta, també, com a conseqüència, l'increment de l'oferta arqueològica. Immersos en la tendència generalitzada que segueix el patrimoni cultural, cada vegada hi ha una més gran quantitat d'oferta d'ús d'elements patrimonials arqueològics. Per respondre a aquesta demanda, els canals de comunicació del patrimoni arqueològic s'han diversificat. Per una banda s'ha intensificat la incidència en la societat dels agents més tradicionalment vinculats a la difusió de l'arqueologia. Per l'altra han aparegut nous agents i, alhora, altres que no s'havien interessat pel patrimoni arqueològic han començat a fer-hi atenció. Amb tot això podem afirmar, sense cap mena de dubte, que actualment el patrimoni arqueològic està, en el nostre entorn proper, més en contacte que mai amb la societat. Al mateix temps, com a conseqüència de l'augment de l'oferta i la demanda s'està produint una professionalització i una especialització en les formes i en les tècniques de presentar i comunicar el patrimoni que contribueixen a afavorir aquest contacte.

La «popularització» de l'ús del patrimoni arqueològic i la necessitat d'augmentar l'oferta ha comportat, al mateix temps, la necessitat d'un major desenvolupament de la recerca. El nombre de programes d'investigació ha experimentat un creixement important i s'ha incrementat el nombre d'intervencions arqueològiques. El sector privat comença d'entrar, amb certa força, en el finançament de la recerca arqueològica

amb uns objectius relacionats, lògicament, amb les seves finalitats. No sempre, però, els objectius de la recerca s'integren en el procés global de gestió del patrimoni arqueològic i constitueixen la base per al seu desenvolupament, sinó que, en ocasions, la recerca pot venir condicionada pels objectius finals d'una determinada manera d'entendre'n la difusió. Es poden arribar a sotmetre els objectius de la recerca als interessos de la difusió i la valoració dels elements del patrimoni arqueològic a les possibilitats de convertir-los en un producte per al consum (el fet que en alguns contextos la utilització amb finalitats mercantilista de la recerca es consideri com una «rendibilitat social a curt termini» —DOGC, 2844: 3080— és ben indicatiu de l'ús del patrimoni arqueològic que es pretén prioritzar).

La recerca, entesa com una fase de gestió del patrimoni arqueològic, és la que més separada es troba de la participació de la societat. Condicionada, d'una banda, pels interessos de la difusió entesa exclusivament com a consum del patrimoni, i vinculada, de l'altra, als interessos de tipus essencialment professionals i curriculars dels investigadors, a la societat no se li permet disposar de les informacions suficients i adequades que li serveixin per analitzar quins són els seus interessos en relació a la recerca arqueològica. Estem veient, al mateix temps, com el «consum» del patrimoni arqueològic comença a introduir-se també en aquesta fase de la gestió, no amb l'objectiu d'aconseguir una participació real de la societat en les polítiques de recerca, sinó amb el de convertir-la en un producte més vinculat a l'explotació del patrimoni arqueològic (encara que no és habitual, actualment ja no és rar que qualsevol persona pugui participar en treballs arqueològics de camp, pagant!, i alguna agència de viatges comença d'organitzar visites a jaciments en procés d'excavació per tal de veure com són, com treballen i com viuen els equips arqueològics; una mostra més, aquesta darrera, també, de la consideració «exòtica» de l'arqueologia).

Sense qüestionar el fet que s'ha produït un augment quantitatiu en la relació de la societat amb el patrimoni arqueològic, el que ens interessa a l'hora d'analitzar quins són els missatges que arriben a la societat, és conèixer en quines fases de la gestió es produeix el contacte entre

societat i patrimoni, quines són les motivacions que el causen i quins són els objectius finals d'aquest tipus de relació. Més que en termes quantitativs, importa la relació en termes qualitativs: què és el que es comunica i com es comunica, per què es fa i, en definitiva, quin és l'ús que determinats sectors fan de la relació entre el patrimoni arqueològic i la societat i a quins interessos respon tot plegat.

La visió que la societat rep de l'arqueologia prové bàsicament de dos tipus de canals interrelacionats. D'una banda tenim el que es transmet des de la mateixa arqueologia, és a dir, el que es comunica directament des de les persones responsables de la recerca arqueològica, encara que el resultat final no sigui només conseqüència del treball arqueològic. Aquesta és una visió que es transmet essencialment des d'alguns dels agents dedicats a la difusió de l'arqueologia. Tot i que, com dèiem, sigui habitual que les persones que investiguen en arqueologia es refereixin terminològicament sovint al patrimoni arqueològic, no són aquestes les que controlen realment la difusió àmplia dels resultats de la seva recerca. En la majoria dels casos, la separació entre recerca i difusió es continua produint. Aquesta visió del patrimoni arqueològic la rep una part reduïda de la societat, la que es pot considerar com a visitant o usuària dels serveis dedicats de manera específica a aquesta difusió. L'esforç dels professionals de l'arqueologia només aconsegueix arribar, de manera més o menys directa, a una determinada i petita part de la societat.

Com a segon tipus de canals tindríem els vinculats a agents que, tot i que puguin tenir una base arqueològica científica, estan deslligats de l'evolució d'aquesta ciència. Aquests agents són importants donat que la seva visió pot incidir en segments de població molt diversos i, en ocasions, quantitativament importants.

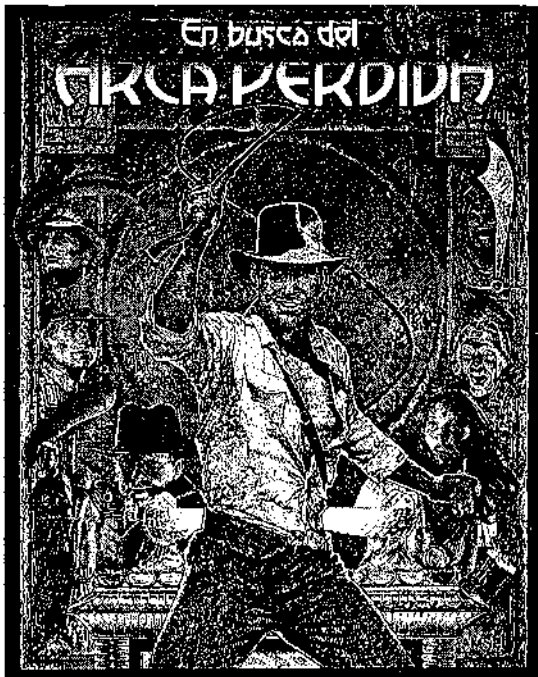
Coincidint en una recerca d'«èxit» (econòmic, de visitants, d'imatge...), els primers tipus de canals acaben tendint a imitar i volent-se assemblar als segons, fent servir la mateixa metodologia, aplicant unes mateixes tècniques i acabant per tenir uns mateixos objectius. Uns i altres poden, finalment, establir un mateix tipus de relació entre el patrimoni arqueològic i la societat.

La interpretació dels resultats de la recerca que es presenta als usuaris està determinada pels

objectius que es pretenen aconseguir amb el seu ús. Els diferents agents dedicats a la difusió de l'arqueologia tendeixen a reflectir, quasi exclusivament, un tipus d'arqueologia: la tradicional i descriptiva. Aquesta és la que més es correspon amb la ideologia actualment dominant. Seguint aquesta línia, l'objectiu principal de la majoria de centres dedicats a la difusió de l'arqueologia sembla ser mostrar la troballa d'objectes, prenent el terme «objecte» en un sentit ampli que pot abastar des d'una resta lítica o una resta de ceràmica o una piràmide o una resta animal o la reconstrucció de l'entorn vegetal de la zona. Molts centres presenten les restes materials com l'objectiu últim del treball arqueològic i no són sensibles als canvis que s'han produït en els darrers anys en la investigació arqueològica. No serveixen per conèixer les societats que produïren els objectes, sinó que mostren únicament els objectes, atorgant-los un sentit quasi icònic.

Fins fa poc, i encara en moltes situacions actuals, les exposicions d'arqueologia, tant pel seu contingut de fons com per la forma d'exposició, difícilment podien tenir un sentit per als visitants no iniciats, és a dir, per a la pràctica totalitat del públic. Fragments de ceràmica col·locats ordenadament en vitrines acompanyats d'informacions amb una nomenclatura absolutament intel·ligible per a la gran majoria dels usuaris («Terra sigil·lata sudgal·lica», «ceràmica de la cultura dels sepulcres de fossa»). Restes lítiques ordenades en files i columnes amb etiquetes amb les classificacions tipològiques («rascadora transversal denticulada», «pic trièdric»). Ossos o, més correntment, fragments d'algun os amb una etiqueta amb el nom de l'animal al qual corresponia i potser el nom científic i, algunes vegades, en els exemples més «moderns», acompanyats d'algun petit dibuix de l'animal. Etiquetes amb el nom del jaciment i la seva atribució cultural i cronològica («Cau del Llop», «Magdaleniana superior final», «13.000 BP»). Tot plegat, constituïen assajos ben reeixits per deixar astorat i escèptic l'incaut visitant i constatar que «els arqueòlegs eren els nous amos de les fletxes», repreneient la frase de Delfino i Rodríguez (1991).

En els darrers anys difícilment s'aprecien canvis conceptuals remarcables en les realitzacions dels centres destinats a la difusió de l'arqueologia. En el fons els plantejaments conti-



Cartell de la pel·lícula de Steven Spielberg *En busca del arca perduda* (1981).

nuen essent similars als de moments anteriors, encara que actualment es posi un èmfasi especial en la realització, el disseny, la presentació estètica i, de manera general, en les tècniques museogràfiques que afavoreixen l'atractiu lúdic de la presentació. Si el paradigma arqueològic clàssic té una implantació important en la recerca arqueològica (VILA i ESTÉVEZ, 1991), és també molt present en els centres dedicats a la difusió de l'arqueologia.

Estem assistint a un canvi enorme en les tècniques d'exposició i de comunicació que afecten de manera general el patrimoni cultural i, en conseqüència, també el patrimoni arqueològic. El desenvolupament de les tècniques museogràfiques i la utilització de tecnologies modernes facilita la comprensió dels objectes que s'exposen (en moltes ocasions aquests objectes es substitueixen per nous objectes, com ara les reconstruccions) i, d'alguna manera, amb la utilització d'elements interactius s'afavoreix i es possibilita la participació del visitant. Jaciments visitables, museus, parcs arqueològics, donen importància a aquesta participació i, en molts casos, recorren a la proposta de tallers per tal d'afavorir-la i facilitar la comprensió del que s'hi presenta tot donant als visitants un paper actiu. Bàsicament, però, s'afavoreix que els visitants compreguin i

participin del coneixement de les tècniques, ja sigui de les utilitzades pels ocupants del jaciment —com es fa el bronze, com es feien les pintures rupestres, com es caçava...— o les que han permès als professionals de l'arqueologia arribar a la interpretació i la presentació del que s'exposa en aquell lloc (la realització d'excavacions arqueològiques simulades és una activitat recurrent). El fet que s'hagin actualitzat els elements de comunicació no significa, però, que s'hagi produït un canvi substancial en els missatges que es transmeten i que reben els visitants, sinó que la utilització de nous recursos constitueix, essencialment, un incentiu per a l'increment quantitatiu de l'ús del patrimoni arqueològic.

Encara que s'aconsegueixi «popularitzar» l'ús de l'arqueologia, no es possibilita l'apropiació real del patrimoni arqueològic per part de la societat. Ara, amb més possibilitats que abans, s'està transmetent una determinada forma d'utilització de l'arqueologia a una part més important de la societat, però no se'n facilita la integració en la vida de la societat contemporània. Aquesta «popularització» de l'ús del patrimoni és, en realitat, una ampliació del mercat (ALCALDE, 1999) i, en conseqüència, la imatge que es transmet a la societat és la que més afavoreix el model de societat que fa del patrimoni un producte que es pot comprar i vendre. Un missatge que amaga i exclou altres potencialitats de l'arqueologia —i essencialment també del patrimoni arqueològic—, d'adoptar postures socialment compromeses (LUMBRERAS, 1981).

El patrimoni arqueològic es desvincula del sentit social que podria tenir. S'ofereix un producte a consumir (llegim en un fullletó publicitari d'un viatge turístic a Mèxic: «El preu inclou viatge en avió, transfer, hotel en règim de pensió completa, bar i bufet lliure, golf i visita a les piràmides»). La imatge que la societat té de l'arqueologia és, realment i finalment, la que s'exemplifica en els recurrents exemples de les pel·lícules com *La Mòmia* (1932) o les d'Indiana Jones. Una imatge associada als tresors, l'exotisme, el misteri o l'aventura.

L'ús del patrimoni constitueix, com és ben sabut, una contribució a l'educació informal de la societat. En aquest sentit és interessant fixar-nos en el que es transmet a la societat: Se li comuniquen els aspectes més tècnics d'aquesta



Petra, Jordània, febrer de 1994
(Fotografia: Walter Cruells).

ciència, la «importància» dels objectes arqueològics, però sobretot la importància de poder-los consumir. A la societat se li fa sentir «necessitat» de patrimoni arqueològic, però no se li transmet el coneixement necessari per tal que es plantegi de manera efectiva la potencialitat que el patrimoni arqueològic té de participar en la reflexió i la solució de problemàtiques que l'afecten i de respondre als interessos i necessitats reals de segments amplis de la població.

Les possibilitats diferents o alternatives a les formes d'ús de l'arqueologia actualment més esteses són difícils d'aplicar. D'una banda, pels objectius finals de bona part de la recerca arqueològica en el nostre entorn proper que estan desvinculats de la implicació social. D'altra banda, també pel significat que té per a nosaltres el patrimoni arqueològic. Si considerem que una característica intrínseca del patrimoni cultural és que constitueix un element d'identificació, en referir-nos al patrimoni arqueològic aquesta hauria de ser, també, una característica essencial. Pensem que existeix una ruptura de la nostra vinculació amb moltes de les societats que s'analitzen des de l'arqueologia (si més no amb les cronològicament més antigues), i per això és difícil que es generi una identificació amb el seu significat real. Si els processos d'identificació poden ser espontanis i/o induïts (VARGAS, 1997), en ser difícil que amb el patrimoni arqueològic la identificació es generi naturalment des de la societat, és més fàcil que els interessos propis i específics d'alguns dels seg-

ments concrets de la societat intervinguin en la creació de significats identitaris per a segments amplis d'aquesta mateixa societat.

Potser, més que en formes identitàries, la potencialitat del patrimoni arqueològic (producte de les formes de vida de les societats que s'estudien des de l'arqueologia) per incidir de manera compromesa en la societat, s'hauria de buscar en el fet que pot constituir un referent per mitjà del qual podem conèixer formes diferents i diverses de relació entre les persones i entre les persones i la natura, i aquest coneixement ens pot ajudar a reflexionar i actuar sobre la nostra forma de vida actual.

L'ús del patrimoni arqueològic té sempre una característica social. Considerant que ús social del patrimoni significa que participa en la formació o el manteniment d'uns models de societat, entenem que no existeix un ús no social. Amb la seva gestió, s'intervé sempre en la societat i se li transmet, directament o indirectament, una visió de la història i uns valors determinats. Cal analitzar quin model de societat s'afavoreix amb un determinat ús del patrimoni arqueològic, quins són els interessos que porta implícit i a quina part de la societat serveix.

L'arqueologia s'ha utilitzat i s'està utilitzant per recolzar i legitimar interessos polítics (RUIZ ZAPATERO, 1994 o STORCH, 1994, per exemple). En aquests moments, al nostre entendre, prima un ús generalitzat molt específic del patrimoni arqueològic. Les «fletxes» ara estan realment al

servei del model econòmic i social que es generalitza arreu. A la societat se li dóna, i té, la visió que més convé als interessos d'aquest model. Quan es gestiona el patrimoni a partir de la manera com s'analitza, s'interpreta i s'utilitza, es transmeten uns missatges molt més amplis i ge-

nerals que els estrictament relacionats amb el patrimoni (ARJONA, 1986) i, en el nostre entorn proper, la forma d'ús actualment més generalitzada del patrimoni arqueològic participa en el manteniment i la continuïtat del sistema econòmic que regeix el món en aquests moments.

Abstract

On holiday in Prehistory

Beginning with the verification of the popularization of archaeological heritage, this paper proposes a reflection on which is the form in which this popularization comes about and with which interest it is related. A disassociation of society from the process of archaeological management is seen, and that the exclusive role given to the society is that of the consumer of the archaeological heritage. Neither the society nor the archaeological professional exercise control over the management of the archaeological heritage and its objectives. It is considered that the use of the archaeological heritage always entails a social impact. With the messages, those directly related in a specific manner with this heritage as well as those of a general character, transmitted to the users, impact is created on the maintenance and the continuity of the economic system that governs the world today.

Resumen

De vacaciones en la prehistoria

Partiendo de la constatación de la popularización del patrimonio arqueológico, en este artículo se propone una reflexión sobre cuál es la forma como se produce esta popularización y con qué intereses está relacionada. Se constata una desvinculación de la sociedad en el proceso de gestión del patrimonio arqueológico y que a ésta se le reserva exclusivamente el papel de consumidora de patrimonio arqueológico. No es la sociedad y tampoco son los profesionales de la arqueología quienes ejercen el control sobre la gestión del patrimonio arqueológico y sobre sus objetivos. Se considera que el uso del patrimonio arqueológico presenta siempre una incidencia social. A partir de los mensajes, tanto los relacionados específicamente con este patrimonio como los de carácter general, que se transmiten a los usuarios, se incide en el mantenimiento y la continuidad del sistema económico que rige actualmente el mundo.

Referències bibliogràfiques

- ALCALDE, G. (1992) *La difusió de l'arqueologia mitjançant els museus arqueològics. Avaluació dels visitants dels museus arqueològics de Catalunya i anàlisi dels conceptes que aquests museus transmeten al públic*. Tesi doctoral, Girona: Universitat de Girona.
- ALCALDE, G. (1999) Museus locals i comarcals i utilització del patrimoni, *2n Congrés Català de Museus Locals i Comarcals*, Girona, Museu Etnològic del Montseny, Institut del Patrimoni Cultural-Universitat de Girona i Museu Comarcal de la Garrotxa.
- ARJONA, M. (1986). *Identidad y Patrimonio cultural*, La Habana: Editorial Letras Cubanas.
- Comportament i demanda de productes culturals a Catalunya*, (1996), Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- DELFINO, D. i RODRÍGUEZ, P. G. (1991) La re-creación del pasado y la invención del patrimonio arqueológico, *Publicar - En Arqueología y Ciencias Sociales*, 2: 29-68.
- LUMBRERAS, L. G. (1981) *La arqueología como ciencia social*, Lima: Peisa.
- RUIZ ZAPATERO, G. (1994) Arqueología i discurso político. El pasado como arma, *Arquítica*, 8: 12-13.
- SECRETARIA GENERAL TÉCNICA (1986) *Encuesta de Comportamiento Cultural de los Españoles*, Madrid: Ministerio de Cultura.
- STORCH, J. J. (1994) Arqueología i política. En busca de la inocencia perdida, *Arquítica*, 8: 2-3.
- VARGAS, I. (1997) La identidad cultural y el uso social del patrimonio histórico. El caso de Venezuela, *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 20: 82-86.
- VARGAS, I. i SANOJA, M. (1993). *Historia, identidad y poder*, Caracas: Fondo Editorial Tropykos.
- VILA, A. i ESTÉVEZ, J. (1991) Introducción, *Arqueología*, (Colección Nuevas Tendencias, 19): xi-xvi, Madrid: CSIC.

Gabriel Alcalde i Gurt és arqueòleg i museòleg. Va dedicar, el 1993, la seva tesi doctoral a «La difusió de l'arqueologia mitjançant els museus arqueològics». Ha estat, des de 1981 fins a 1997, director del Museu Comarcal de la Garrotxa (Olor). Actualment és professor titular de Museologia a la Universitat de Girona i membre de l'Institut del Patrimoni Cultural d'aquesta universitat.