

# La comunicación multimedia de la Arqueología. Punto de inflexión.

José Luis Gómez Merino

balawat.com Diseño multimedia para la Arqueología. Toledo. España

## Resumen

*Aunque los cambios culturales producidos por las nuevas herramientas de la Comunicación son evidentes para todos, lo cierto es que hasta ahora prácticamente se sigue funcionando con la vieja concepción de las cosas. El modelo de puesta en valor de los yacimientos arqueológicos sigue siendo el de la construcción de Museos o Centros de Interpretación, la didáctica de los restos se basa en muchos casos en anastilosis agresivas de los mismos y al tiempo, escasa atención a la información arqueológica que se facilita al público visitante o virtual.*

*La crisis puede acelerar los cambios, y primar por fin las herramientas de Comunicación en un mundo que es ya plenamente digital.*

**Palabras Clave:** COMUNICACIÓN, MULTIMEDIA, MUSEALIZACIÓN, ARQUEOLOGÍA VIRTUAL

## Abstract

*The cultural changes produced by the new Communication tools are evident, but in Archaeology, everything continues working in the old way. The enhancement model in Archaeology consists in the construction of Museums. Sometimes the educational procedure to show the remains is by aggressive anastylosis and at the same time the cultural Authorities pay a minimum attention for Archaeological information.*

*The crisis can accelerate the changes and promote the new Communication tools in our already digital world.*

**Key words:** COMMUNICATION, MULTIMEDIA, MUSEUMS, VIRTUAL ARCHAEOLOGY

## 1. Introducción

La Arqueología virtual se ha definido como la recreación 3D de yacimientos arqueológicos. Así lo entendimos en nuestros inicios, cuando todo estaba por hacer en este campo. Desde el principio era evidente que los infografistas debíamos ser intérpretes gráficos del conocimiento científico de un sitio arqueológico. Nos debemos, por tanto, a los arqueólogos y a la información suministrada por ellos.

Sin embargo en [www.balawat.com](http://www.balawat.com) hemos tenido que avanzar con el tiempo, y ahora preferimos hablar de Comunicación multimedia de la Arqueología, que es un término más amplio que se refiere a los nuevos medios gráficos de expresión de la Arqueología. Las imágenes virtuales aisladas del contexto son poco efectivas, porque la información que proporcionan depende del medio en el que van insertas.

Así preferimos hablar de audiovisuales de Arqueología, interactivos de Arqueología o gráficos impresos de Arqueología. En todas estas actividades se da por supuesto el componente de interpretación virtual, pero pudiendo estar asistidos en todo momento por elementos gráficos de distinta procedencia, grabados y dibujos históricos, dibujo arqueológico, fotografía o vídeo...

El lenguaje literario, dominante desde al menos la invención de la imprenta, es válido en Arqueología para narraciones históricas, pero poco eficaz cuando se trata de narrar espacios, que deben ser representados de manera gráfica para que el lenguaje

utilizado haga justicia al tema a comunicar. Un yacimiento arqueológico ocurre en un espacio.

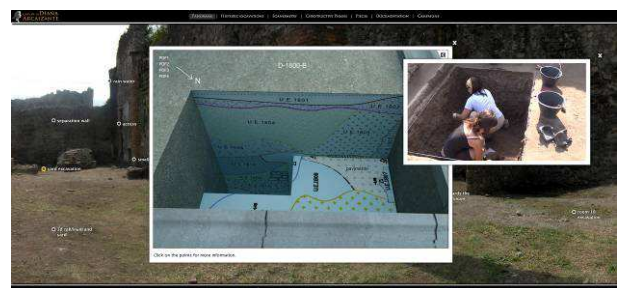


Figura 1. [www.dianaarcaizante.com](http://www.dianaarcaizante.com) integración de diferentes recursos gráficos en el entorno flash para la comunicación de este yacimiento arqueológico

No creo que los infografistas debamos conformarnos con hacer imágenes como las del siglo XIX, es decir, simples estampas. Así la actividad del infografista debe ser ahora la de gestionar las diferentes herramientas gráficas que expresan el espacio. Las posibilidades de edición influyen enormemente en las imágenes virtuales determinando el sentido de las mismas. Los infografistas debemos aspirar a ser *Editors* (entendido en el

sentido clásico de la palabra) de la Arqueología virtual, y controlar el proceso de la comunicación.



Figura 2. Reconstrucción virtual de la Casa de la Diana Arcaizante en Pompeya. A la izquierda los restos reales escaneados en 3D

Parece evidente que el realizador de un vídeo o un interactivo sobre un yacimiento arqueológico tiene más control sobre el resultado que quien se ha limitado a hacer las reconstrucciones virtuales. Es algo similar a lo que ocurría, por ejemplo, con la información de un periódico, que no está tanto definida por los artículos individuales como por la distribución gráfica de los mismos, localización en el paginado, títulos, información visual de las ilustraciones...

Lo natural es que el autor de una reconstrucción virtual de determinado yacimiento lo conozca en profundidad puesto que debe haber estado en estrecho contacto con los arqueólogos que lo documentan. El conocimiento y la implicación del autor de la comunicación gráfica resultan claves para el éxito de dicha comunicación y eso suele ocurrir con los autores de las reconstrucciones virtuales. Resulta lógico, pues, que sea el autor de dichas reconstrucciones quien realice también, y con su criterio, los elementos multimedia de un yacimiento.

La curva de aprendizaje de un programa de modelado virtual es larga, sin embargo la curva de un programa de edición de vídeo o ciertos programas interactivos es menor. No es descabellado exigir al autor de las reconstrucciones virtuales que lo sea también de la edición de vídeo o de los interactivos. Remontándonos un poco más, deberían ser los propios arqueólogos los que dominaran los lenguajes de la comunicación multimedia. Estamos en el siglo XXI: se trata de simple alfabetización en los medios con que se comunican hoy las ideas.

## 2. Infografía y musealización

La práctica común hasta hace muy poco era que la Comunicación de un yacimiento arqueológico se hiciera mediante el procedimiento de la musealización del mismo. La musealización solía implicar en primer lugar la construcción de un edificio más o menos emblemático, en segundo lugar la realización del diseño del mobiliario expositivo y por último el contenido informativo, trabajo realizado por infografistas.

Lo frecuente era que el liderazgo del proyecto lo asumiera la empresa constructora del edificio, y si el edificio ya estaba construido, el liderazgo lo tenía -concurso de por medio- la que

realizaba el interiorismo museográfico. Los infografistas solíamos quedar los últimos en la escala, y los últimos también en la toma de decisiones sobre la Comunicación museográfica del yacimiento y en los recursos económicos a nuestra disposición. Eso ocurría a pesar de estar en la mejor posición entre todos los equipos museográficos en cuanto al conocimiento del yacimiento arqueológico y sus posibilidades de difusión, posición adquirida gracias a la información proporcionada por los arqueólogos para realizar la reconstrucción virtual. Cuando haces una maqueta de un espacio arqueológico, acabas conociéndolo bastante bien.



Figura 3. Panel con infografía 3D e interactivo en pantalla táctil del Edificio del Atrio. Molinete (Cartagena)

Pero en los tiempos de la opulencia constructora el liderazgo lo tenían empresas relacionadas con la construcción, ya sea de edificios o de interiorismo.

La crisis económica hará que a partir de ahora se construyan pocos museos. No se trata sólo de que no haya dinero para ello, sino de la decepción que la ampulosidad arquitectónica hueca ha producido en la sociedad. Es buen momento para cambiar el objetivo de lo que se quiere comunicar en los yacimientos arqueológicos: pasemos del prestigio social que otorga la Arquitectura al beneficio público que otorga la Comunicación y el conocimiento.

Si las administraciones públicas disponen de menos recursos para poner en valor los yacimientos arqueológicos proponemos una solución sencilla al dilema: Se trata de invertir el sentido del liderazgo poniendo a la cabeza a los autores de la información arqueológica. Estos autores debemos ser los infografistas (naturalmente como intérpretes gráficos del pensamiento de los arqueólogos que ocuparían también ese liderazgo). Los diseñadores de espacios museográficos-construcción y mobiliario- deberán estar al servicio de los contenidos, no al revés como sucedía hasta ahora.

## 3. ¿Qué se gana y qué se pierde?

- Se pierden los espacios monumentales de arquitectura contemporánea que servían de representación política de la obra pública.

- Se gana presencia de los yacimientos, muchas veces eclipsados por las obras modernas construidas sobre ellos. Es un buen momento para reivindicar el interés y la belleza de la ruina y de la transmisión emocional que produce la piedra desnuda. Hay que reivindicar la sobriedad en las actuaciones físicas sobre los yacimientos frente a la sobreactuación en los mismos con la excusa de hacerlos más inteligibles para el público (?). Para

explicarlos tenemos las reconstrucciones virtuales, que además de formar ya parte de la Ciencia arqueológica, son inocuas para el Yacimiento.

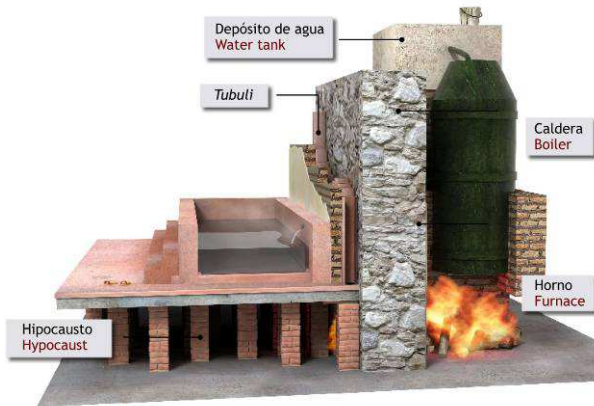


Figura 4. Infografía que explica el sistema de hipocausto romano. Molinete (Cartagena)

- Se gana amplitud de criterio en la Comunicación arqueológica, puesto que los contenidos museográficos resultan también óptimos para ser publicados en internet o como contenidos educativos para centros escolares. En este sentido se debería hacer una apuesta por desarrollar las páginas web de los yacimientos, haciendo de ellas auténticos yacimientos paralelos que administren la información que los yacimientos físicos generan.

- Se gana inmediatez en la comunicación puesto que los infógrafistas deben estar en contacto directo con la fuente de información científica, es decir, los arqueólogos de cada yacimiento. Éstos suministran la información, planos, hipótesis, etc. y con ese material se elaboran los elementos multimedia que lo explicarán al visitante.

Finalmente, se abaratan en gran medida los costes de producción, puesto que la apuesta por el liderazgo de los autores de la información -la parte menos onerosa del proceso- así lo implica.

Estemos pendientes de esta tendencia -saludable- de cuyo avance en Arqueología no tenemos ninguna duda.