



PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

ISSN: 1695-7121

info@pasosonline.org

Universidad de La Laguna
España

Moreno Melgarejo, Alberto; Sariago López, Ignacio
Relaciones entre Turismo y Arqueología: el Turismo Arqueológico, una tipología turística propia
PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 15, núm. 1, enero, 2017, pp. 163-180
Universidad de La Laguna
El Sauzal (Tenerife), España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88149387010>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Relaciones entre Turismo y Arqueología: el Turismo Arqueológico, una tipología turística propia

Alberto Moreno Melgarejo*
Universidad Europea de Madrid (España)

Ignacio Sariego López**
Escuela Universitaria de Turismo Altamira, Santander (España)

Resumen: La arqueología es una ciencia que tiene como objetivo el conocimiento de la historia y la prehistoria para ponerla al servicio de la sociedad. Por esta razón, sus relaciones con la industria turística son esenciales ya que contribuye a alcanzar sus objetivos a través de la generación de ingresos que auspicien la preservación; investigación; conservación y difusión del patrimonio arqueológico. El presente artículo presenta las relaciones que contribuyen a la definición de una tipología turística basada en el patrimonio arqueológico teniendo en cuenta sus particularidades. Además, se explican las relaciones entre ambas disciplinas a partir de la revisión del concepto de turismo arqueológico y de su papel como herramienta de desarrollo económico.

Palabras clave: Arqueoturismo; Turismo arqueológico; Arqueología; Patrimonio arqueológico; Recursos turísticos arqueológicos.

Relationship between Tourism and Archaeology: Archaeological tourism, an independent tourism typology

Abstract: Archaeology is a science aiming to generate knowledge related to history and prehistory in order to serve society. For this reason, it has a key relationship to tourism industry contributing to achieve its objectives through income generation in order to fund preservation, investigation and dissemination of archaeological heritage. This article presents the relationships between both disciplines defining a specific type of tourism based on archaeological heritage visits. Furthermore, relations between both disciplines are explained from the archaeological tourism concept approach and its role as a tool for economic development.

Keywords: Archaeoturism; Archaeological tourism; Archaeology; Archaeological heritage; Archaeological tourism attractions.

1. Introducción

El interés del mercado turístico por la prehistoria y la arqueología estimula el auge de este tipo de recursos que pueden ser disfrutados por los visitantes a partir de una oferta turística educativa y de entretenimiento. Es un hecho que, actualmente, en aquellos lugares donde se han descubierto estructuras y artefactos de antiguas culturas se han convertido en destinos atractivos para todo tipo de visitantes. En torno a este principio básico se ha desarrollado una tipología turística propia, con necesidades, retos y problemáticas particulares respecto al resto del patrimonio cultural, dada la específica naturaleza de los recursos arqueológicos.

* Doctor Europeo en Turismo por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid; Director del Departamento de empresa de la Universidad Europea de Madrid; E-mail: alberto.moreno@universidadeuropea.es

** Licenciado en Ciencias Biológicas y Ambientales (2000), Doctor cum laude en Geografía y Ordenación del Territorio por la Universidad de Navarra (2005) y Master en Dirección de Empresas (MBA) por la Universidad de Cantabria (2015); Profesor de la Escuela Universitaria de Turismo Altamira (Santander); E-mail: isariego@eualtamira.org

En el siguiente artículo se presentan los conceptos que nos permiten comprender el alcance del turismo arqueológico. Partiendo del concepto básico de arqueología, se vislumbran también las características específicas del patrimonio arqueológico y las necesidades que conllevan su transformación en recurso turístico. La articulación de una oferta turística arqueológica en un destino es un largo proceso con muchas derivaciones que también se abordan. No obstante, resulta necesario partir de los conceptos básicos para entender de forma integral, todos los elementos que conforman esta particular tipología de oferta turística.

2. Arqueología: una ciencia con particularidades como reclamo turístico

El término arqueología a menudo se utiliza como descripción general del pasado remoto, particularmente la prehistoria y las civilizaciones clásicas, hayan sido o no investigadas a través de excavaciones o trabajos de campo arqueológico. Sin embargo, la arqueología no es equivalente a un periodo del pasado, sino que es una ciencia utilizada para comprender comportamientos humanos a través del estudio de los restos materiales de sociedades antiguas hasta la actualidad. Se trata de un concepto básico que, sin embargo, da lugar a muchas confusiones y malinterpretaciones por parte del público en general. Debe entenderse como algo inherente a los objetivos comunicacionales de todos los procesos de divulgación científica, asociado a la presentación del patrimonio arqueológico ya que es la base esencial para el entendimiento de la ciencia arqueológica.

Para el periodo temporal que comprende la prehistoria es evidente que la arqueología es la única metodología de investigación puesto que no existe otro tipo de fuentes de conocimiento. Para la época histórica, el método sería complementario a otras fuentes tales como los documentos escritos, testimonios personales, fotografías y cualquier hallazgo disponible.

No obstante, lo cierto es que la arqueología resulta esencial para el conocimiento de la prehistoria puesto que no existe otro método de conocer la evidencia de lo que sucedió. Tomando como referencia los humanos anatómicamente modernos, significa que la arqueología aporta la única evidencia de los últimos 200.000 años, periodo en el que la historia tan solo puede contribuir con, alrededor de 5.000 años. Retrocediendo hasta el nacimiento de los primeros homínidos, ancestros de la especie moderna, la arqueología contribuye con 3.000.000 de años de evidencia (Swain, 2007: 8), o incluso más.

El estudio de la cultura material nos lleva a hacer observaciones sobre el pasado; sin embargo, la arqueología es algo más que eso. Siempre ha intentado descifrar y comprender lo ocurrido en el pasado y cómo la sociedad humana evolucionó en diferentes lugares y en distintos horizontes temporales. Y, por esta razón, a través de toda la historia de la arqueología ha existido un conflicto central que es particularmente importante para su objetivo de educar y entretener. La arqueología ha construido su reputación sobre hechos científicamente verificables que ayudan a generar historias sobre el pasado que nunca podrán ser comprobadas. En este sentido, Gathercole y Lowenthal (1990: 3) sostienen que *“no puede existir ninguna conclusión arqueológica, verdad absoluta o interpretaciones objetivas globales”*. Año tras año, sus métodos se transforman y pasan a ser más complejos y detallados, revelando detalles fascinantes sobre el pasado. Pero desgraciadamente, muchas de las grandes preguntas nunca podrán encontrar respuestas definitivas sino hipótesis más o menos contrastables.

La arqueología, como disciplina científica, está situada en el límite entre las ciencias sociales y las ciencias naturales. Tradicionalmente, siempre ha estado más relación con las ciencias sociales al compartir un objetivo común. *“La arqueología es, en parte, el descubrimiento de los tesoros del pasado, el trabajo meticuloso del analista científico y el ejercicio de la imaginación creativa. Pero es también la tarea esmerada de investigación que nos permite entender que significaron los restos de la cultura material en la historia de la humanidad”* (Renfrew y Bahn, 1993: 9).

Este tipo de reflexiones que afectan a la ciencia arqueológica son muy relevantes para la puesta en valor de sitios y museos arqueológicos con el fin de decidir los objetivos comunicativos que abordar en el momento de transmitir el mensaje a los visitantes. Cuanta menos certeza se tiene del pasado, resulta más difícil valorar esa información, por lo que se requieren soluciones muy imaginativas y creativas sobre la forma de interpretarlo y explicarlo. Una de las cosas que hace de los lugares arqueológicos algo tan desafiante es que los arqueólogos tienen que afrontar las limitaciones de su evidencia.

La arqueología además es una disciplina que se solapa con otras muchas de manera compleja y, a menudo, este hecho afecta de forma negativa a la hora de mostrar al público sus restos en museos o yacimientos categorizando los elementos a través del lenguaje. Por ejemplo, la arqueología clásica a menudo irrumpe en el ámbito de las artes decorativas o las bellas artes y también en el de la historia

antigua. Estas confusiones incluso van más allá con el uso de términos diferentes en distintas partes del mundo. En Norteamérica, antropología y arqueología son más o menos lo mismo, por lo que los arqueólogos invaden el campo de los etnógrafos y viceversa, no sintiendo necesidad por diferenciar ambas disciplinas.

En resumen, se puede concluir que la arqueología tiene la habilidad de conseguir tres objetivos:

- 1) Revelar cosas sobre el pasado, y probablemente sobre el presente que no se conocían previamente.
- 2) Ayudar a comprender el funcionamiento y evolución del mundo
- 3) Producir un cambio de opinión pública sobre el entorno que nos rodea, a través de su metodología.
- 4) Lamentablemente, sigue siendo un error común de los arqueólogos y los responsables de museos y sitios arqueológicos, confundir el primero con el segundo e ignorar el poder conjunto con el tercero.

3. El recurso turístico arqueológico

Es un error demasiado frecuente de los responsables de los destinos turísticos el equiparar automáticamente los recursos arqueológicos con los recursos turísticos de un destino. Si bien es cierto que los recursos arqueológicos son la materia prima necesaria para llegar a contar con recursos o atractivos turísticos de naturaleza arqueológica, en la mayoría de las ocasiones el atractivo de los recursos arqueológicos no es lo suficientemente llamativo para configurar un recurso turístico. El interés científico, el grado de conservación y preservación, su localización y la capacidad de generar una gestión específica que articule una oferta de servicios en torno al recurso son determinantes para considerar un recurso arqueológico como recurso turístico. Por tanto, existe una gran diferencia entre recurso arqueológico y recurso turístico arqueológico y no pueden nunca considerarse como términos sinónimos.

Un yacimiento arqueológico no puede convertirse en recurso turístico si no ha sido objeto de una intervención que garantice su conservación y de un acondicionamiento que permita la comprensión por parte del visitante. Pero además de los yacimientos, hay otro tipo de recursos que pueden articular una oferta de turismo arqueológico. A continuación, se incluye un listado de los recursos que se pueden considerar recursos turísticos arqueológicos:

- Los yacimientos y conjuntos arqueológicos que cuenten con una gestión turística específica que garantice su preservación, conservación, puesta en valor y ofrezcan unos servicios básicos a los usuarios.
- Los museos y centros de interpretación que tengan una temática relacionada con la arqueología.
- Las aulas arqueológicas asociadas a yacimientos, museos o centros de interpretación.
- Las rutas arqueológicas estructuradas bajo un eje temático relacionado con la arqueología
- Los eventos y festivales relacionados con la arqueología ya sean realizados en espacios monumentales o en espacios anexos.
- Participación activa en trabajos de investigación (como por ejemplo, campos de trabajo de estudiantes y/o aficionados, campañas de excavación de verano, etc.)

No cabe duda que los yacimientos arqueológicos son el recurso más importante a la hora de estructurar servicios y productos turísticos relacionados con la arqueología. Dentro de los propios yacimientos y conjuntos arqueológicos encontramos una gran diferencia de propuestas. Las posibilidades de acondicionar un yacimiento arqueológico dependen de cada yacimiento y, por tanto, podrían existir tantas tipologías de yacimientos acondicionados como número total de yacimientos abiertos al público. Sin embargo, Pérez-Juez (2001:337-485) realiza una detallada propuesta de agrupación dentro de grandes conjuntos de acondicionamiento con el fin de hacer más útil y manejable un tipo de catalogación. Las categorías que propone esta autora para agrupar los yacimientos arqueológicos abiertos al público son las siguientes:

- Yacimientos intervenidos y abiertos a la visita
- Yacimientos intervenidos y acondicionados
- Parques arqueológicos
- Yacimientos reconstruidos
- Parques de historia recreada
- Campos de batalla

Otra propuesta de categorización es la realizada por Ruiz Zapatero (1998), quien sostiene que en las ofertas de presentación de sitios arqueológicos y parques de arqueología se podría trazar una escala de

graduación: por ejemplo, de lo más auténtico y científico a lo más artificial y postizo; de lo más aburrido a lo más entretenido; o, finalmente, de lo más difícil de visualizar a lo más fácil de ver:

- Sitio arqueológico presentado con mínima conservación e información.
- Parque arqueológico o de sitio.
- Sitio arqueológico reconstruido casi integralmente y debidamente presentado
- Parque de arqueología con estructuras reconstruidas inspiradas directamente en el caso de un yacimiento y con paisaje de época restituido (Tipo Archeon)
- Parque de arqueología convencional, con estructuras ideales y paisaje actual (Tipo Archéodrome).

Debe respetarse lo que Ruiz Zapatero (1998: 23) denomina mínimo innegociable, o lo que es lo mismo, el rigor y la veracidad de los datos arqueológicos evitando el efecto “decorado cinematográfico”; tras los decorados de cine no hay nada, pero detrás de las restituciones arqueológicas está toda la historia del sitio. Y eso no puede quedar oculto al visitante. Por esta razón es esencial la participación de arqueólogos e historiadores en la creación de estos recursos turísticos, porque sólo partiendo de una información histórica bien documentada se puede recrear científicamente el pasado. Es ahora más que nunca cuando los arqueólogos deben de incorporar elementos de interpretación y preservación para el público tomando en cuenta consideraciones regionales y locales del patrimonio como elementos claves de su trabajo (Walker y Carr, 2013: 19).

Por lo tanto, se puede concluir que la definición de un recurso turístico de naturaleza arqueológica pasa por contar con un acondicionamiento básico que garantice la seguridad del recurso y de los visitantes, en el que se oferte al menos un servicio básico asociado, preferiblemente, no gratuito, y se encuentre gestionado por un organismo específico con competencias sobre su gestión integral incluidos los aspectos turísticos.

Los recursos arqueológicos más comunes son los yacimientos arqueológicos puestos en valor siguiendo las pautas generadas por el conocimiento científico generado a partir de su excavación y que ofrecen algún tipo de visita turística *in situ*. Cuando un sitio arqueológico de estas características se revaloriza en el ámbito turístico, pudiendo recibir visitantes y, respetando los requisitos anteriormente mencionados, puede considerarse un recurso turístico. “(U)n yacimiento visitable deja de ser un enclave de interés exclusivamente científico para pasar a la esfera de lo público, de lo docente, de lo didáctico, y por ello de lo musealizado, de lo museable y del Museo (Morère y Jiménez, 2007: 137).

Resulta evidente que la gestión de este tipo de sitios supera el ámbito de la arqueología, de la investigación científica y de la conservación del patrimonio. Este tipo de recursos requieren una gestión turística específica coordinada con el resto del destino en el que se integra. Las relaciones entre turismo y arqueología se hacen más que evidentes y deben de ser tenidas en consideración en su justa medida. El siguiente epígrafe se encuentra específicamente dedicado a reflexionar sobre dichas relaciones.

4. Las relaciones entre turismo y arqueología

Desde los comienzos de la ciencia arqueológica, allá por el siglo XVIII, la relación existente entre arqueología y turismo ha sido ciertamente distante debido a la mentalidad de los arqueólogos y de las connotaciones eminentemente destructivas del desarrollo turístico espontáneo. Para muchos arqueólogos la industria turística representa otro grupo más que podría apropiarse y manipular su trabajo; y la industria turística a menudo considera a los arqueólogos como un elemento propenso a interferir y complicar los planes de promoción turística de los destinos (Walker y Carr, 2013: 20).

Algunos arqueólogos siguen instaurados en un sistema de valores jerárquico que consideran la investigación, la excavación, los nuevos descubrimientos y la publicación el culmen de sus objetivos. Cualquier cosa diferente a estos pasa automáticamente a ser secundario. La principal preocupación de los arqueólogos ha sido la preservación más que la interpretación al público del legado arqueológico. “Para aquellos comprometidos con la preservación como principal prioridad, el turismo patrimonial es una amenaza” (Herbert, 1995:xi).

Además, la preocupación entre los profesionales de la arqueología se ha extendido ampliamente sobre la creciente comercialización del patrimonio arqueológico (Robb, 1998: 580). Sin embargo, es necesario un cambio de mentalidad sobre lo que los profesionales de la arqueología pueden aportar al patrimonio arqueológico en términos de divulgación a la sociedad a través del contacto directo de los visitantes con los restos arqueológicos.

Fagan (1995), en un capítulo bajo el nombre del “*arqueólogo arrogante*” se preguntaba ¿por qué en la actualidad el ámbito académico sigue produciendo cientos de doctores en arqueología en campos muy especializados que ya están saturados cuando hay mucho trabajo urgente que hacer en la amenaza global a nuestro pasado? Probablemente sea porque es más atractivo contratar a un especialista en urbanismo inca que en el impacto del turismo en el patrimonio arqueológico. Este autor también sostiene que, en general, los arqueólogos no prestan demasiada atención a la conservación de un yacimiento en la etapa posterior a la excavación y, no se planifica la actuación teniendo en cuenta los parámetros de conservación y puesta en valor una vez excavado y extraída la información más científica.

No se presta atención desde el mundo académico a temas tan importantes como combatir el expolio y gestionar los impactos del turismo en los yacimientos. Se trata de algo que no se aborda desde el mundo académico y se trata como algo marginal, aunque sean temas esenciales para la ciencia arqueológica.

Esta crítica resulta muy interesante como punto inicial de reflexión para comprender las relaciones entre arqueología y turismo. No obstante, a finales del siglo XX se ha comenzado a producir un acercamiento y una colaboración cada vez más necesaria entre turismo y arqueología fruto de las necesidades generadas por la afluencia masiva de visitantes a determinados recursos arqueológicos y el desarrollo del turismo arqueológico.

La demanda productos turísticos arqueológicos está creciendo constantemente desde hace varias décadas a nivel internacional. El turismo arqueológico se ha extendido desde los años setenta en muchas ocasiones a áreas antes raramente visitadas y es parte de los cambios económicos y sociales que éste está provocando, sobre todo en los casos en los que los yacimientos se integran en la lista de Patrimonio Mundial (Díaz Andreu, 2014: 25). Según Su y Lin (2014: 57), el hecho de que un país posea nuevo sitio declarado Patrimonio Mundial incrementaría la llegada de turistas internacionales anuales en una media de 382.637, lo que nos da una idea de la importancia de contar con recursos turísticos con dicha categorización para la industria turística de cualquier país.

A continuación se presentan varios ejemplos de sitios arqueológicos declarados Patrimonio Mundial y que se han erigido como evidentes dinamizadores turísticos de las economías en sus países durante las últimas décadas teniendo en cuenta el aumento en el número de visitantes y los ingresos generados por los mismos.

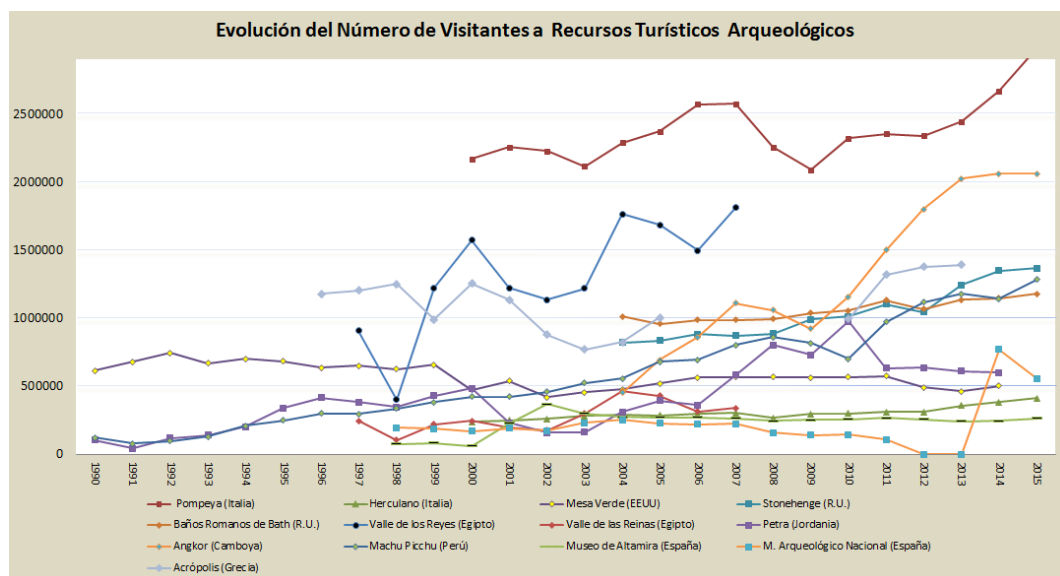
En primer lugar el caso de Cancún, que no inició su desarrollo como destino turístico hasta el año 1974 promovido por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur). Ya en el año 2011 registró 13 millones de turistas de los cuales 1,4 se acercaron a visitar Chichén Itzá lo que representa un crecimiento del 53% en referencia a los visitantes del 2006 (Alonso Schwarz, 2012). En el caso de Perú, el crecimiento de turistas que visitan Machu Picchu también ha crecido exponencialmente desde los 77.295 visitantes en el año 1991 a los 1.282.515 en el año 2015. En este mismo año la llegada de visitantes internacionales al sitio se situó en los 911.053 mientras que la llegada total de turistas internacionales al país alcanzó los 3,16 millones (Observatorio Turístico del Perú). Por tanto, más del 28% de los turistas internacionales que visitan Perú se desplazan hasta la región de Cuzco para visitar su recurso arqueológico estrella. En una situación similar se encuentra el caso de Camboya. Desde la finalización del conflicto armado y la declaración de Patrimonio de la Humanidad del sitio arqueológico de Angkor en 1992, el desarrollo turístico ha sido clave para la economía del país y ha experimentado un crecimiento también sorprendente. Camboya pasó de recibir poco más de 100.000 turistas internacionales en 1993 a recibir más de 2 millones en el año 2008 y el número de visitantes internacionales del parque arqueológico superó por primera vez el millón de habitantes en el año 2007 (Moreno-Melgarejo, 2013: 112) consolidándose como el principal atractivo turístico del país. En Petra, a pesar de las relevantes fluctuaciones que presenta su número de visitantes en los últimos años, la realidad es que el aumento del número de visitantes también es espectacular pasando de los 93.000 en el año 1985 a los 596,602 en el año 2014 (Petra National Trust).

En destinos turísticos maduros, como es el caso de Reino Unido, Italia o Grecia, dicha tendencia de crecimiento también es significativa. En el caso del principal recurso arqueológico en el Reino Unido, Stonehenge ha pasado de recibir 817.924 visitantes en el año 2004 a los 1.366.758 en el año 2015 (Association of Leading Visitor Attractions) lo que representa un aumento del 67,1% en los últimos 11 años. Sin duda la reciente apertura del nuevo centro de visitantes en diciembre del 2013, que mejora la nueva experiencia turística diseñada para su visita, garantiza que las expectativas de crecimiento para los próximos años continúen siendo halagüeñas. En el caso de Italia, el número de visitantes de la antigua ciudad de Pompeya ha crecido de forma constante en los últimos años pasando de los 860.000 en 1981 a los casi 3 millones en 2015 (Moreno y Sariago, 2014: 175-176; Soprintendenza Archeologica Napoli e Pompei), mientras que su vecina Herculano superó los 400.000 visitantes anuales en el año 2015

con un aumento superior al 73% respecto a los visitantes que recibía en el año 2000 (Soprintendenza Archeologica Napoli e Pompei).

Otro ejemplo a nivel nacional lo encontramos en Grecia donde se puede constatar el crecimiento significativo que, desde el año 2000 al año 2013, ha experimentado el número de visitantes a los principales sitios arqueológicos en el país pasando de 6.416.439 del año 2000, a los 8.167.889 en el año 2013. Esta subida en el número de visitantes representa un aumento del 27,3% (SETEa). Sin embargo, este aumento es todavía más relevante tomando en consideración los ingresos producido por estos visitantes que en el mismo periodo de tiempo ha crecido en un 57,8% (SETEb).

En la tabla se representa la recopilación de series históricas del número de visitantes a 13 recursos turísticos arqueológicos de 9 países diferentes. Exceptuando Mesa Verde (EEUU), en el resto de recursos se ha producido un aumento más o menos significativo en el número de visitantes. Las diferencias entre unos y otros responden principalmente al ciclo de vida de los destinos en los que se enmarcan (Butler, 1980). En los recursos turísticos arqueológicos localizados en destinos jóvenes es mucho más significativo presentando un promedio de aumento anual en la llegada de visitantes del 20,6% en el Valle de los Reyes, del 17,8% en Angkor, del 17,2% en Petra o del 11,4% en Machu Picchu. Los destinos maduros en los que se enmarcan recursos turísticos arqueológicos más consagrados han registrado aumentos medios anuales más moderados como el 5% en Stonehenge, el 3,9% en Herculano, el 3,1% del Acrópolis o el 2,4% en Pompeya.



Fuente: Soprintendenza Archeologica Napoli e Pompei; Ministerio de Educación, Cultura y Deporte; Beresford, 2014; National Park Service; The Getty Conservation Institute; Association of Leading Visitor Attractions; Apsara Authority; Observatorio Turístico del Perú; Petra National Trust.

Sin duda esto es una buena noticia para los arqueólogos ya que la ciencia arqueológica tiene como obligación *per se* no sólo la investigación, el estudio, la conservación y el establecimiento de hipótesis científicas, sino también la difusión a la sociedad de sus resultados, siendo ahí donde el turismo puede jugar un papel fundamental como herramienta educativa para todos los visitantes. En algunos códigos de ética profesional de los arqueólogos figura, expresamente, como principio obligatorio la educación pública y la divulgación; y para ello resulta crucial mejorar la conservación, protección y la interpretación del registro arqueológico (Lynott, 1997: 593). Según Davis (1997: 85), entre las razones fundamentales para conservar y presentar sitios arqueológicos cabe destacar las siguientes:

- 1) Porque los arqueólogos son socialmente responsables no sólo de preservar el pasado sino también de hacerlo accesible –física e intelectualmente- al público.
- 2) Porque a través de la conservación del pasado visible la sociedad puede considerar valioso el patrimonio arqueológico.

- 3) Porque a través de las presentaciones de sitios y paisajes los arqueólogos pueden aprender del público, ya que la gente puede realizar una evaluación crítica de las interpretaciones que se le ofrecen.

Durante los últimos tiempos se ha debatido insistentemente sobre la necesidad de dinamizar el sector del patrimonio cultural y de superar los viejos modelos de gestión de tipo dirigista que mantenían en manos de las administraciones públicas todo el peso de la gestión, mientras se dejaba al margen a la sociedad en su conjunto. En este sentido, la nueva estrategia no debe apoyarse en una elite intelectual como se ha venido haciendo tradicionalmente, sino en dar protagonismo a los turistas y a los consumidores. De acuerdo con esta visión, la sociedad civil se involucraría gradualmente en la conservación de los recursos, desde el conocimiento que proporciona el acceso al patrimonio.

Sin embargo, Ballart plantea una serie de problemas que conllevarían el “*acceso masivo y democrático de la gente al patrimonio histórico*” (1997: 242) como el riesgo de levantar intereses en los poderes políticos, económicos y en los medios de comunicación además de las obvias consecuencias en la preservación. Este autor plantea la “devaluación” cultural del patrimonio debido a su acceso a la sociedad. Pero esta afirmación es extremadamente injusta. El patrimonio no pertenece a una elite que se encargue de su conservación y de su estudio, por el contrario, su propiedad es pública y pertenece a la sociedad.

La respuesta a los conservacionistas partidarios de mantener el patrimonio alejado del circuito turístico y más centrado en la pura investigación arqueológica es múltiple. El turismo es un hecho consumado que se desarrolla de forma espontánea e impredecible. La falta de gestión específica puede dañar el patrimonio de forma descontrolada. Por otra parte, el objetivo de la ciencia es, además de investigar, divulgar los resultados a la sociedad siendo la visita turística, una fórmula ideal de sensibilizar y educar. Por eso, es necesario canalizar los objetivos de gestión con el fin de garantizar la investigación, conservación, divulgación y la rentabilidad económica para el territorio garante del patrimonio arqueológico.

El mismo autor considera que “*se pasaría de un control por parte del orden tradicional de especialistas que desde el siglo XVIII han controlado y administrado los bienes del patrimonio -museólogos, historiadores del arte y arqueólogos- a una nueva estructura técnica formada por administradores de oficio, gerentes y managers*” (Ballart, 1997: 243).

Hoy en día nos encontramos ante un momento en el que la sociedad es capaz de formar a una gran cantidad de personas en los campos, de la museología, de la gestión cultural, de la historia y de la arqueología, pero no es capaz de “integrar” a estos profesionales en el mundo laboral. Es tiempo para la reacción y, el turismo cultural en general, y el arqueológico en particular, pueden ser el motor económico que ofrezca salida profesional a este grupo social. De este modo, sería posible ampliar las salidas laborales de estos profesionales completando su formación para que se conviertan en los administradores, gerentes y managers de los nuevos servicios y productos turísticos generados en torno al patrimonio arqueológico, respetando, profundamente, su condición de autenticidad y su grado de conservación.

El patrimonio arqueológico y el turismo han convivido de una manera natural sin ningún esfuerzo de cooperación entre ambos campos. Pinter (2005: 11) sostiene que a pesar de que la arqueología es actualmente un componente significativo del turismo mundial, la comunidad arqueológica no está integrada en la industria turística con una estrategia coordinada. La potenciación de una gestión coordinada es, sin duda, lo más interesante para alcanzar los mejores resultados globales. Para ello, se requiere la formación de grupos de trabajo interdisciplinarios que sean capaces de desarrollar verdaderos servicios y productos turísticos con creatividad, innovación, planificación y capacidad de gestión.

Las características intrínsecas del patrimonio arqueológico presentan unos atractivos para todos los actores implicados en su gestión y disfrute (González, 2000: 9).

- Los gobiernos. Los políticos persiguen, sobre todo, su utilidad socioeconómica y su capacidad como aglutinador e identificador social. Los bienes culturales pueden ser dinamizadores, creadores de empleo, soporte de identidades tanto locales, regionales, nacionales como supranacionales, redistribuidores de la riqueza y co-agentes de la calidad de vida en el marco de desarrollo sostenible.
- Los profesionales de la arqueología. Partiendo de la premisa de que, el patrimonio arqueológico está compuesto de bienes culturales que ilustran el pasado más remoto de la humanidad y de que son condición básica para la existencia de estos profesionales, se hace necesario su correcta gestión y conservación. A través del legado arqueológico podemos apreciar la figura de estos profesionales, capaces de crear el conocimiento científico y ponerlo al servicio de la sociedad, objetivo primordial de su existencia. Los profesionales de la arqueología deben considerar el turismo como un medio excepcional de difundir los resultados de las investigaciones científicas a la sociedad y deben colaborar, en la medida de lo posible, en la transmisión de la información al gran público.

- La sociedad. La aproximación de la sociedad al patrimonio podría diferenciarse entre un interés ocioso, en busca de turismo alternativo, educativo y activo, o por negocio, generado a partir de la actividad económica del sector servicios.

Es necesario un diálogo entre patrimonio y turismo que permita superar las contradicciones surgidas por la falta de tradición en la cooperación y regulación.

En este contexto se puede aplicar el concepto de desarrollo sostenible al turismo arqueológico de forma específica. Hablar de sostenibilidad debe significar desarrollo sostenible y armónico, en el que se consigan cubrir los objetivos públicos y privados, obteniendo a la vez y de forma compensada el beneficio económico del sector privado implicado, la conservación y recuperación del patrimonio y el beneficio social de la población que habita en el destino turístico (Bosch *et al.*, 1998). El objetivo fundamental es alcanzar un desarrollo turístico que garantice la conservación de los yacimientos a lo largo del tiempo. Es una premisa básica transmitir el patrimonio arqueológico a las futuras generaciones para que sigan disfrutando de él, al mismo tiempo que el turismo se beneficie en el presente generando beneficios que se reinviertan en el propio patrimonio.

De esta forma se debe hablar de la economía sostenible del patrimonio arqueológico. Los ingresos deben permitir una continua mejora de la experiencia turística y financiar, o al menos completar la financiación, de las tareas fundamentales de conservación, investigación y documentación.

Si se tienen en cuenta los diferentes agentes sociales que intervienen resulta evidente la confluencia de múltiples intereses. Por un lado, las administraciones públicas que deben garantizar la conservación, la investigación y el acceso a los bienes; por otro, el sector privado, interesado en la creación de una oferta con servicios y productos turísticos de calidad que motive este tipo de visitas; finalmente, los consumidores, que recurren a la cultura como evasión, identificación grupal, con el objetivo de aprender e incluso como realización personal. Este es uno de los retos más importantes del turismo cultural actual, inscrito en el marco de una sociedad cada vez más culta, libre y democrática (del Río, 1999: 12-14).

El turismo también puede ponerse al servicio de la arqueología a la hora de sensibilizar al público. La sensibilización es la mejor arma para potenciar la conservación y la participación local en el empleo derivado de los mismos. Sin embargo, una política inadecuada de gestión cultural, potenciando el turismo masivo y sin poner los medios necesarios para garantizar la conservación de los vestigios arqueológicos, implica no sólo la destrucción del patrimonio, sino también un riesgo de manipulación de la información y, por tanto, del rigor histórico. La sensibilización y el compromiso local favorecen el desarrollo económico y la creación de empleo, potencia la protección de los sitios y es una de las mejores armas para combatir el furtivismo y el comercio ilegal de piezas arqueológicas. Existe una responsabilidad inherente a trabajar por un equilibrio entre el yacimiento y el visitante, con el fin de preservar la herencia cultural y legarla a generaciones futuras (Pérez-Juez, 1999).

La clave está en la planificación de servicios y productos turísticos culturales que sean capaces de transmitir el mensaje científico, encerrado en los vestigios arqueológicos, a la sociedad, a partir de servicios y productos turísticos a la altura de las expectativas de los turistas. Es necesario desarrollar fórmulas que garanticen la satisfacción de la experiencia turística del visitante potenciando la función educativa intrínseca en el proceso de consumo de los productos turístico-culturales. En la medida en que el turismo consiga alcanzar estos objetivos con diferentes tipos de audiencia, conseguiremos un mayor auge del patrimonio arqueológico en la sociedad y una rentabilidad territorial y patrimonial necesarias para garantizar la sostenibilidad del desarrollo turístico.

Según Manzato y Rejowski (2007: 76), el público interesado e informado no destruye su propio patrimonio. Los mismos autores también destacan que *“la arqueología es altamente educativa, intelectualmente agradable y posee un gran potencial como fuente de recursos turísticos”* (Ibíd.). De esta manera se justifica la utilización de los restos arqueológicos como atractivos turísticos dando lugar al desarrollo del turismo arqueológico; la comprensión del pasado es significativamente valorable en la medida en que ayuda a entender el presente y el futuro, y contribuye a preservar las culturas pasadas.

Además, otra razón que debe impulsar la presentación del patrimonio arqueológico es la propia comunicación de la ciencia arqueológica en su expresión más amplia: *“la falta de comprensión de la ciencia es un hecho tan peligroso para las personas como para la misma ciencia. La ciencia sólo prospera cuando tiene una base social que la apoya y la entiende. El desconocimiento de las ciencias genera océanos de intolerancia y de fanatismo que acaban ahogando al propio conocimiento científico y al investigador”* (Santacana y Serrat, 2004: 2). Por lo tanto, es necesario que el esfuerzo social invertido en la investigación arqueológica revierta en la sociedad para retroalimentar y justificar el modelo existente, sin correr el riesgo de la propia extinción.

Por último, pero no menos importante, la relación del turismo con la arqueología es positiva en términos de sensibilización de la sociedad. Se ha estimado que el comercio ilegal de antigüedades es aproximadamente de 4.500 millones de dólares por año tan sólo en los Estados Unidos, situándose el cuarto en el ranking de actividades ilícitas después de las drogas, armas y el blanqueo de dinero (ver Gunn 2002: 64). Los arqueólogos no paran de enfatizar que es más importante el contexto en el que se encuentran los artefactos y sus relaciones con el resto que el propio artefacto en sí. La documentación que se puede extraer en el contexto de la excavación sobre las fechas y posibles interpretaciones, es más importante que la recogida de objetos de forma aleatoria. Los detectores de metales, ilegales en muchos países al menos de forma teórica, son uno de los peores enemigos de la arqueología ya que contribuyen al expolio y al destrozo del contexto estratigráfico de los yacimientos todavía no excavados. Desafortunadamente, la sociedad no es consciente o no otorga a este problema la importancia que tiene realmente. Incluso la legislación, generalmente, es bastante más laxa que en otro tipo de delitos. Resulta necesario integrar esta problemática en las políticas de gestión de los sitios arqueológicos visitables, centros de interpretación y museos para sensibilizar a la sociedad de que las prácticas de los cazadores de tesoros y buscadores de antigüedades enterradas en el subsuelo son ilegales, destructivas y atacan directamente el patrimonio perteneciente a la sociedad. Es una forma más de aprovechar los efectos positivos de la sensibilización de la sociedad, tras con el contacto de ésta con los recursos arqueológicos. El turismo arqueológico contribuye y ha conseguido reducir el expolio y las excavaciones clandestinas en todos aquellos yacimientos que han sido acondicionados, además de haber logrado la participación local para su defensa (Pérez-Juez, 1999: 497).

Teniendo en cuenta el creciente interés del turismo patrimonial en los sitios arqueológicos y la necesidad de la arqueología para crear nuevas fuentes de financiación, cada vez más el turismo y la arqueología se necesitan mutuamente (McGrath, 2003: 8; Slick, 2002) y están obligadas a coordinarse y a comprender las necesidades inherentes de ambas disciplinas.

5. Definición y conceptualización de turismo arqueológico

La especificidad del turismo arqueológico respecto al turismo cultural

Las ruinas y los sitios arqueológicos son una expresión material del pasado, o mejor dicho, de parte de los comportamientos y acciones sociales de comunidades pretéritas. Los restos arqueológicos constituyen, por tanto, un pasado material fragmentado, que se denomina comúnmente patrimonio arqueológico. Éste resulta, de alguna manera, un patrimonio de segunda clase si lo comparamos con el patrimonio histórico porque se presenta como un patrimonio “roto”, fragmentado frente a uno “entero” y, comprensible en sí mismo (Ruiz Zapatero, 1998: 7). Por ello, la competencia con el resto del patrimonio es difícil ya que, en general, parte de una situación desfavorecida, poco demandada y una oferta limitada. Sin embargo, el patrimonio arqueológico, además de contribuir a la diversificación de la oferta cultural, presenta unas características intrínsecas que le diferencian del resto del patrimonio y elevan su competitividad siendo capaz de articular una tipología turística propia, una vez estructurada la oferta de servicios y productos asociados.

A pesar de que su grado de conservación presenta, generalmente, un estado de mayor deterioro que otro tipo de patrimonio por razones fundamentalmente cronológicas, el patrimonio arqueológico se presenta rodeado de una aureola de interés especial. Detrás de la arqueología subyace una intensa emoción que activa la curiosidad intelectual de la sociedad. Las personas buscan información que pueda ayudar a entender aspectos de la vida actual a través del acercamiento a sus raíces. Se buscan respuestas a las grandes preguntas de la humanidad: ¿quién soy?, ¿de dónde vengo?, ¿quiénes eran mis antepasados? (Morère, 1998: 714). El poder de atracción de la arqueología se ve potenciado por el intenso valor simbólico que existe detrás de ella y, la fascinación de lo lejano, de lo antiguo y de lo desconocido.

Además, la relación entre los restos conservados y la capacidad de interpretación de la ciencia arqueológica es asombrosa. Hay que transmitir al público los medios técnicos y la metodología utilizados para el establecimiento de las hipótesis científicas, de las conclusiones y de las interpretaciones finales. Métodos de prospección, de datación, principios de estratigrafía, etc., deberían estar presentes en la interpretación para acercar la arqueología a la sociedad de la manera más completa posible.

Otra ventaja es su estrecha relación con el medio natural que representa el escenario donde se desarrollaron las civilizaciones pasadas. Por tanto, se produce una simbiosis entre naturaleza y cultura que aporta un valor añadido a la oferta propuesta al visitante. En la mayoría de los casos, los recursos turísticos arqueológicos están situados en un entorno rural en plena naturaleza por lo que la experiencia se complementa con la que aporta el turismo rural y el ecoturismo. La sinergia alcanzada

entre las diferentes experiencias de los visitantes tiene unos resultados especialmente satisfactorios. *“Un yacimiento arqueológico reúne a la vez la manifestación histórica y el medio en el que se produjo tal manifestación. En realidad, esta característica no puede extenderse a todos los yacimientos arqueológicos, pues aquellos que se encuentran en áreas urbanas difícilmente gozarán de tal cualidad. Sin embargo, también es cierto, que es más escasa la apertura al público de las zonas arqueológicas urbanas, pues muchas veces se hace muy difícil la musealización y acondicionamiento de las mismas”* (Pérez-Juez, 2001: 132).

Dentro del amplio espectro de recursos potenciales o activos del medio rural figuran los vestigios de la historia del hombre, de su pasado, las huellas de momentos anteriores. Por ello, la arqueología, ciencia que se dedica a estudiar el pasado del hombre se convierte así en un pilar muy atractivo para el desarrollo local (Morère, 1999).

La definición del concepto de turismo arqueológico

Fagan (2006: 258) recoge el comentario de William Camden quién hace más de 5 siglos denominó el viaje arqueológico como *“una curiosidad retrógrada”*. Nada ha cambiado sobre esta curiosidad única que hace del turismo de ocio arqueológico, una experiencia profundamente satisfactoria. Experimentar el pasado, más allá de sólo visitarlo, puede considerarse uno de los placeres más grandes para los viajeros exigentes y con criterio.

El turismo arqueológico no es un fenómeno reciente, se trata de un tipo de turismo que ya existía en la sociedad pre-moderna (Melotti, 2007: 3). Como ya ha sido mencionado, es una certeza que el turismo arqueológico está en la pura esencia del turismo, ya que los primeros viajes del *Grand Tour* tenían como principal objetivo conocer las ruinas de Italia y Grecia legados por las culturas clásicas.

El arqueoturismo o turismo arqueológico es una tipología turística bajo la que se presentan servicios y productos turísticos en la que los recursos arqueológicos son los atractivos principales. Se puede hablar de turismo arqueológico cuando la principal motivación del viaje sea la visita de los recursos turísticos arqueológicos del destino o al menos forme parte importante del itinerario. Es absolutamente necesario que se utilice un recurso de naturaleza arqueológica y que se produzca la intervención de un intermediario, persona, documento o material estructurando un servicio mínimo. La actitud del turista o excursionista debe mostrar el deseo de cultivarse, es decir, de entender y conocer el significado del patrimonio arqueológico que va a visitar. El turismo arqueológico posee como objetivos principales promover el interés público en la arqueología y la conservación del patrimonio arqueológico.

Se puede considerar una modalidad turística propia especializada dentro del turismo cultural cuando la visita a los recursos turísticos arqueológicos es el principal motivador del viaje. El viaje que satisface el deseo de conocer y comprender el pasado de un determinado destino a través de la arqueología, desde sitios prehistóricos a lugares relacionados con la arqueología industrial. Está idea es defendida por varios autores como Tresserras (2007) que considera que el turismo arqueológico es un subsegmento mercado o nicho especializado del turismo cultural en el que los visitantes suelen estar motivados por el deseo de conocer y comprender la historia de un determinado destino a través de la arqueología, desde la prehistoria hasta nuestros días. *“El arqueoturismo o turismo arqueológico es una modalidad bajo la que se presentan actividades, productos y servicios culturales y turísticos en los que la arqueología es el ingrediente principal y el objeto de la motivación para realizar el viaje, bien sea de proximidad, media o larga distancia”* (Tresserras, 2004: 2).

Manzato (2007: 100), también se sitúa en esta línea de definición del turismo arqueológico considerándolo como el proceso de descubrimiento, de desplazamiento o de permanencia de visitantes a los denominados sitios arqueológicos, en lo que se encuentran los vestigios de antiguas sociedades, ya sean históricas o prehistóricas, o con posibilidad de visita terrestre o acuática.

No obstante, es necesario puntualizar que la experiencia turística no se circunscribe únicamente a la visita de los mencionados recursos de naturaleza arqueológica, sino que responde a una experiencia integral en el destino. Por tanto, además de una gestión apropiada de los recursos, debe existir una gestión apropiada del propio destino.

En consecuencia, el turismo arqueológico debe de ser entendido y aproximado desde una perspectiva más amplia que la simple visita o sucesión de visitas a recursos turísticos arqueológicos. Esto forma parte de la experiencia turística que se ve completada por el consumo del resto de servicios básicos que requiere un visitante cuando realiza un viaje turístico (servicios de información, alojamientos, restauración, oferta de otras actividades lúdicas o educativas, etc.).

Leone *et al.* (2000: 444) definen el turismo arqueológico como un segmento del mercado turístico siendo la arqueología la motivación principal del viaje. Sin embargo, estos autores defienden que el único turismo arqueológico verdadero es el de la minoría de expertos y profesionales que acuden a la visita de los recursos verdaderamente motivados, mientras que la mayoría de los visitantes no deben ser considerados como tal ya que su principal motivación del viaje es otra. Sucede algo muy similar cuando nos referimos al turismo cultural ya que, rara vez, el viaje se restringe a una sola actividad –por ejemplo, la visita de recursos culturales suele ir acompañada de actividades gastronómicas, artesanía, etc.–, sino que engloba otras muchas actividades y motivaciones –descanso, esparcimiento, visita de amigos y familiares, etc.–. Por lo tanto, partiendo desde la perspectiva de la demanda para definir el concepto, el dilema surge al considerar el motivo del viaje como elemento definidor del turismo arqueológico. Si se considera que la visita de los recursos turísticos arqueológicos debe de ser la motivación principal del viaje para ser considerado como tal o, por el contrario, puede aparecer como secundaria. Es decir, si se considera turismo arqueológico en sentido estricto (Leone *et al.*, 2000) o en sentido amplio (Pérez-Juez, 2001) atendiendo a la naturaleza de la motivación principal del viaje.

Sin duda, existen grandes diferencias entre ambas tipologías de visitantes a la hora de aproximarse a ellos. Por tanto, la solución viene dada por las técnicas de segmentación de turistas ya que dependiendo de sus características tendrán diferentes necesidades que deben ser consideradas en los procesos de planificación, estructuración de la oferta turística y comercialización.

Durante el desarrollo de este artículo se ha considerado el concepto de turismo arqueológico en sentido amplio, entendiéndolo como el desplazamiento para conocer y entrar en contacto con una realidad diferente de la conocida, en la que prevalecen los valores históricos, artísticos o monumentales, todos ellos aglutinados por ser considerados como patrimonio arqueológico (Pérez-Juez, 2001: 137), aunque no sea la motivación principal del viaje de los visitantes. No obstante, para que se considere un viaje dentro de la categoría del turismo arqueológico tiene que tener como objetivo principal el conocimiento del patrimonio arqueológico, o al menos, la visita de este tipo de recursos debe de constituir un hito en el recorrido. Si la motivación principal del viaje es otra, pero incluye la visita a recursos turísticos arqueológicos, entonces hablaremos de turistas arqueológicos ocasionales teniendo en cuenta que la cuota que representa en el total del mercado es la más amplia con gran diferencia.

Una vez establecidos los parámetros básicos que definen las particularidades del turismo arqueológico como modalidad turística, a continuación se profundiza en la definición de turismo arqueológico con el fin de aclarar el concepto. En general, se puede considerar turismo arqueológico al conjunto de desplazamientos turísticos que cumplan los siguientes requisitos:

- **Qué la motivación principal del viaje sea la visita de los recursos turísticos arqueológicos del destino.** Este sería un segmento de mercado muy específico, muy reducido y con necesidades particulares. No obstante, la mayor parte de los visitantes serán turistas que aprovechen a visitar los recursos turísticos arqueológicos aunque no haya sido el detonante principal del viaje. En realidad, es importante para la gestión, conocer las necesidades de todos los visitantes para aportar soluciones que satisfagan a todos sin centrarse en el turista arqueológico sino en el conjunto de la sociedad que quiere visitar el recurso turístico arqueológico, con independencia de sus motivaciones. Otra cosa será promocionar y comercializar la oferta turística. La pregunta retórica que surge es la siguiente: ¿Y no será preferible centrar los esfuerzos en el turista especializado, motivado, con interés en pasar más tiempo en nuestro destino, con mayor poder adquisitivo, respeto y sensibilidad hacia el patrimonio arqueológico que hacia el público en general? la respuesta es obvia, aunque lamentablemente no siempre se toma en consideración. No se trata de impedir la llegada del público en general, sino de favorecer la visita de los segmentos de la demanda más idóneos a las necesidades del destino. En muchas ocasiones, el objetivo no es atraer un gran número de personas, sino una cantidad de personas compatibles con el espacio interno del sitio y coherente con la fragilidad de los atractivos. Es más, el objetivo es atraer un volumen de personas rentable económicamente para el territorio que pasen más tiempo en él y, por tanto, gasten más dinero.
- **Que el turista o excursionista posea el deseo de cultivarse, es decir, de entender y conocer el significado del patrimonio arqueológico que va a visitar.** El solo hecho de realizar la visita indica un interés básico. El visitante de Tulum (Quintana Roo, México) o Baelo Claudia (Cádiz, España) podría quedarse en la playa disfrutando de una estampa natural paradisiaca, pero decide dedicarle un tiempo a la visita de estos yacimientos arqueológicos, lo que denota un mínimo interés. El reto es que aprenda y disfrute con la visita en la medida de sus expectativas, necesidades e interés.

- **Que se utilice un recurso turístico arqueológico.** Cuando se habla de turismo arqueológico es necesario considerar la existencia de este tipo de recursos en los destinos.
- **Que se produzca la intervención de un intermediario, persona, documento o material.** En otras palabras, que se produzca un servicio básico hacia el turista para que este pueda conocer más detalles e información de la experiencia turística arqueológica que va a experimentar. No es estrictamente necesario que exista algún tipo de transacción económica en contraprestación a los servicios prestados, aunque sí recomendable, con el fin de convertir en económicamente sostenible cualquier iniciativa cultural sin depender exclusivamente del erario público.

Según el Instituto Arqueológico de América (AIA, 2010), las fuerzas motivadoras detrás del turismo arqueológico son una pasión por el pasado y el interés en aprender sobre las culturas antiguas o históricas que habitaron la zona que se visita. Los arqueoturistas también se sienten atraídos por lo exótico, con frecuencia de difícil acceso, la naturaleza de los lugares arqueológicos en los que muchos sitios se encuentran, y a menudo el deseo y la necesidad de encontrar experiencias únicas.

Recuero *et al.* (2011) sostienen que, hasta la fecha, los sitios arqueológicos han sido arrinconados por las políticas de conservación. Aunque los sitios arqueológicos se crearon hace miles de años, en la actualidad adquieren importancia desde un punto de vista comercial. En el diseño de su instalación pública, con frecuencia ha habido una falta de orientación al cliente a pesar de que la orientación al visitante en la última década ha resultado ser de gran relevancia para la gestión de estos recursos patrimoniales. Según estos autores entre los principales factores de motivación para la visita de los sitios arqueológicos destacan como factores de empuje las experiencias memorables, el significado de la identidad, el romanticismo y la autenticidad, y como factores de arrastre la presentación al público, las características singulares de naturaleza arqueológica, las exposiciones temporales y la proximidad con otros productos turísticos. Con este planteamiento muestran cómo la identificación de los factores de motivación influye en la concepción de una futura “cadena de valor global sostenible” para los sitios arqueológicos. Este trabajo sostiene que si los factores de motivación son considerados para el proceso de mercantilización se permitirá la sostenibilidad de los sitios arqueológicos y por lo tanto una mayor satisfacción de los visitantes.

Sin duda el turismo arqueológico desempeña una función relevante para la sociedad y, por tanto, merece un estudio particular por parte de los académicos y una atención especial de los sectores públicos. Según Kulemeyer (2003) los vestigios arqueológicos deben de ser protegidos no porque son un patrimonio que una vez destruido es irre recuperable sino también porque representan una oportunidad para el progreso de la sociedad actual.

Cuando no hay comunicación entre el visitante y el recurso, el resultado es una experiencia turística desastrosa que da lugar a expresiones tales como: No hay nada que ver, no vale la pena, son cuatro piedras sueltas, no entiendo que es esto, ¿Por qué tenemos que tolerar que se invierta dinero público en esto? (Bertonatti, 2005: 3; Manzato, 2007: 103).

Estas expresiones pueden compartirse con otras personas creándose una corriente negativa en torno al patrimonio arqueológico. No todos los vestigios son adecuados para ser enseñados al público en general, sino que requieren de una gestión específica. Si dicha gestión no existe, es mejor no abrir el acceso al público ni promocionar ese determinado componente del patrimonio arqueológico de un determinado destino.

La puesta en valor y la interpretación son otro requisito esencial para la utilización del recurso arqueológico como recurso turístico.

El turismo arqueológico es un fenómeno en continua expansión en todas sus múltiples formas de expresión. El turismo arqueológico toma la semblanza de una tipología turística compleja; puede ser un turismo asociado a la ciudad, como por ejemplo el caso de Roma, o puede estar asociado al medio natural, como el caso de la ceja de selva tropical de Machu Picchu; puede ser al aire libre, en la visita de sitios arqueológicos, o a puerta cerrada como es el caso de la visita de museos y centros de interpretación arqueológicos; o finalmente, podría ser terrestre e incluso subacuático con la necesidad de equipamiento específico que se adecue al medio.

Desde esta perspectiva el turismo arqueológico se muestra integrado e integrable en todas las expresiones principales del turismo contemporáneo, desempeñando una función relevante para la sociedad que, por lo tanto, merece un estudio particular por parte del mundo académico y, una atención especial de los sectores públicos (Manzato, 2007: 100).

Un concepto intrínsecamente asociado al turismo arqueológico es el de “destino turístico arqueológico”. Cuando el turismo arqueológico se desarrolle en un destino en el que su principal argumento de venta

comercial esté relacionado con la existencia de recursos arqueológicos valorados turísticamente, capaces de atraer la llegada de visitantes, entonces podremos hablar de un destino turístico arqueológico. En torno a ellos se estructurarán productos turísticos arqueológicos que articularán la oferta turística del destino.

El incremento del papel de la arqueología en el desarrollo económico

Partiendo de la premisa que los sitios arqueológicos y sus actividades asociadas se transforman en recursos turísticos, formando parte de un destino turístico por derecho propio siempre y cuando exista una gestión específica, resulta necesario comprender mejor las implicaciones económicas de esta creciente industria.

Desde un punto de vista práctico, el turismo está influyendo notablemente en la arqueología, y en algunos casos los arqueólogos pasan a ser actores esenciales en el desarrollo turístico, por asociación con los sitios en los que trabajan. De este modo, el papel desempeñado por los arqueólogos se amplía y, además de dirigir las investigaciones y gestionar los recursos patrimoniales, deben asumir la gestión turística de los mismos (como por ejemplo: el cálculo de la capacidad de carga, la gestión económica de los yacimientos, relaciones con el medioambiente y con la población local, planificación y desarrollo de los proyectos, y el marketing de los recursos patrimoniales). Por lo tanto, su trabajo va más allá de la ciencia arqueológica, lo que exige formación en otros ámbitos o la generación de equipos multidisciplinares, tan comunes en los equipos de investigación relacionados con esta ciencia.

Los profesionales de la ciencia arqueológica asumen una responsabilidad con los habitantes de la región en la que trabajan, con el objetivo de generar un aumento de la riqueza a través del turismo y de la puesta en valor de los recursos arqueológicos que contribuyen al mantenimiento y conservación de la identidad local. Los arqueólogos deben ser conscientes de los efectos positivos y negativos inherentes a los procesos de desarrollo turístico y asumir aproximaciones sostenibles basadas en la comunidad local para desarrollar el turismo.

Por otro lado, de forma tradicional, los arqueólogos veían las fuentes de financiación exclusivamente desde el punto de vista de la conservación y la investigación. Sin embargo, es necesario explorar la gestión económica del patrimonio arqueológico en relación con su revalorización turística.

Al final de esta reflexión queda patente la necesidad de que los arqueólogos sean capaces de demostrar en términos específicos las consecuencias económicas y el nivel de desarrollo de sus actividades en el territorio, más que asumir que las comunidades locales se benefician de sus actividades simplemente porque sí.

La arqueología también contribuye a la revitalización de la identidad cultural de la población local a través del conocimiento. El trabajo del arqueólogo produce un efecto positivo en la población local, que se refuerza con el desarrollo turístico cuando hay gente que acude al destino, interesada en disfrutar los elementos que definen la propia identidad cultural del territorio. En este sentido, existen muchos factores intangibles relacionados. La arqueología puede contribuir al conocimiento, la comprensión y la valoración del pasado de la población local de un determinado territorio, incrementando el respeto por el patrimonio y, su colaboración e interacción para su conservación. Sin embargo, no es una consecuencia exclusiva de la acción arqueológica, sino que se comparte con otros profesionales responsables de la gestión del patrimonio. En la medida que el patrimonio va asumiendo papeles cada vez más importantes en la reactivación de la población local y su desarrollo, y los profesionales del sector juegan un papel esencial en este sentido, no es descabellado aseverar que mucho de lo que pasa a considerarse identidad local depende de los profesionales que trabajen a este nivel (Shackel y Chambers 2004: 204).

6. Conclusiones

El estudio científico realizado por los profesionales de la arqueología dota de un valor superior al patrimonio arqueológico que, en ocasiones, puede llegar a transformarse en un atractivo turístico como mecanismo de difusión y disfrute para la sociedad. La arqueología que se desarrolle en las próximas décadas no podrá reducirse a la investigación escrita. La gestión, conservación y presentación de los vestigios arqueológicos crecerá en importancia y, sus tareas tendrán igualmente el estatus de investigación (Ruiz Zapatero, 1998). Por lo tanto, los arqueólogos son también responsables de la transmisión-difusión a la sociedad como parte de sus funciones esenciales. El gran reto al que se enfrentan estos profesionales es hacer que la sociedad redescubra, disfrute, conozca y sea consciente de la importancia vital de la conservación del patrimonio arqueológico.

Las personas que visitan los sitios arqueológicos son al mismo tiempo, arqueólogos -en tanto en cuanto descubren los vestigios del pasado a través de las revelaciones de la ciencia arqueológica-, y turistas -en la medida que, independientemente de su grado de motivación, han realizado un desplazamiento *ex profeso* para conocer de primera mano el sitio arqueológico y su significado-. El hecho de viajar y observar son actos de comprensión cultural que atribuyen significados y valores a los sitios y, por lo tanto, otorgan relevancia a los elementos patrimoniales. De alguna manera, el pasado remoto es como un “país extranjero” habitado por una sociedad diferente a la nuestra que, el turista puede llegar a conocer a través de la visita de los vestigios arqueológicos.

Por esta razón, los objetivos fundamentales de la arqueología (la investigación científica, la información, la difusión y la conservación) desembocan siempre en otro gran campo, el del turismo. A través de la visita *in situ*, la sociedad puede llegar a conocer el legado histórico del pasado de una manera más generalizada. El turismo contribuye a que la cultura sea socialmente reconocida, por lo que debe ser transformado y utilizado como un instrumento de conservación del patrimonio.

El turismo arqueológico es una forma de desarrollo económico, y los arqueólogos hacen bien en considerar la industria turística como un potencial socio para aumentar la conciencia del público en lo que respecta a la arqueología. La gestión de los sitios arqueológicos presenta muchísimos desafíos, pero los más grandes son los referidos a evitar el deterioro de los recursos patrimoniales a partir de un desarrollo turístico equivocado. Los cambios rápidos pueden conducir a consecuencias dramáticas, tanto sociales como medioambientales, que podrían desembocar en el desgaste del atractivo turístico, amenazando la calidad de vida y el bienestar de los habitantes locales.

El desarrollo sostenible del turismo necesita presentarse a los turistas y a las comunidades locales de forma que garantice y potencie oportunidades para el futuro. Este debe ser el principal objetivo en la gestión de los recursos, de modo que las necesidades económicas, científicas y sociales sean satisfechas, mientras se mantengan los procesos de integridad cultural y los esenciales de conservación.

Actualmente, el turismo cultural en general y el arqueológico en particular, forman un nicho de mercado con una demanda en fase de expansión, con un nivel de gasto notablemente superior al viaje puramente vacacional, contribuyendo a proyectar positivamente la imagen del territorio a nivel nacional e internacional. El turista de finales del siglo XX y principios del siglo XXI ha cambiado sus hábitos, no se encuentra casualmente con un monumento o un yacimiento arqueológico sino que, en la mayoría de los casos, llega al mismo a propósito. Eso sí, si paga para visitar un recurso arqueológico exige infraestructura y servicios de calidad asociados.

Es cierto que todavía falta cierta reflexión (en origen, objetivos, procedimiento y resultado de las actuaciones) que permita armonizar entre profesionales determinadas bases de acción para ordenar y programar el presente y futuro del sector. Se refleja la falta de una política activa que haga posible la interacción necesaria entre turismo, por un lado, y patrimonio arqueológico, por otro. Frente a la tradicional concepción de monumento o documento que, sobre todo, debe de ser estudiado y preservado, actualmente se produce un cambio de actitud que lo concibe como un objeto de uso, de disfrute social. Se va transformando en un eficaz recurso dinamizador de la cultura y la economía.

A continuación, se presentan algunas recomendaciones a tener en cuenta a la hora de desarrollar los productos en torno al patrimonio arqueológico. Para que el turismo arqueológico redunde en beneficio de la conservación y de la sociedad, es imperativo que los proyectos sean viables y de calidad, reflejen la demanda del mercado, y se creen y promuevan activamente. Es necesario:

- Potenciar las oportunidades de obtener más beneficios de los visitantes con el objetivo de apoyar la conservación y a las comunidades locales sin caer en la sobre-explotación, estimulando una tasa de gastos más elevada por persona.
- Reconocer el papel fundamental que desempeñan las empresas privadas y fortalecer sus vínculos con las comunidades locales.
- Los estudios de mercado no deben realizarse únicamente en los mercados emisores, sino que resulta importante profundizar y hacer un seguimiento permanente sobre los tipos de público que ya están respondiendo a los servicios existentes.

Dentro del turismo con motivación arqueológica existe una oferta muy heterogénea. Como ya hemos citado a lo largo del presente trabajo, en ciertos lugares del mundo, estos particulares atractivos turísticos han desarrollado un verdadero turismo de “masas” recibiendo cientos de miles de visitantes al año que generan unas necesidades muy particulares de gestión. Sin embargo, también existe una oferta innumerable de pequeños yacimientos que carecen de la “monumentalidad” necesaria para

ser grandes generadores de visitas culturales por sí mismos. Los recursos turísticos arqueológicos, en muchos casos, no pueden actuar como principal reclamo turístico, pero sí pueden complementar la oferta cultural y de ocio, regional, local y estatal, actuando en sinergia con otras motivaciones principales de visita tales como el ecoturismo u otras diferentes actividades culturales o recreativas. La utilización de mecanismos apropiados de interpretación y difusión del patrimonio arqueológico también juegan un papel fundamental para mejorar la experiencia del visitante, lo que en definitiva, garantizará una mayor demanda de servicios y productos turísticos generados en torno al patrimonio arqueológico y una fidelización por parte del turista. Por tanto, es necesario actuar en el ámbito de la realidad, es decir, en el ámbito de los servicios y productos: lo que se oferta y cómo se oferta. Es ahí donde los profesionales del ámbito turístico tienen que colaborar con los arqueólogos para desarrollar servicios y productos turísticos que garanticen el desarrollo sostenible del turismo, del territorio y de los sitios arqueológicos.

El turismo arqueológico se está transformando en un elemento económico de gran importancia para países en vías de desarrollo e industrializados, ya que los sitios arqueológicos se encuentran localizados normalmente en espacios relacionados con el ámbito rural, de gran atractivo natural y rodeados de una aureola de romanticismo. Normalmente, los atractivos arqueológicos ofrecen también otras posibilidades turísticas relacionadas con el turismo de naturaleza. Por ejemplo, los parques arqueológicos pueden servir como hábitat de numerosas especies de aves, proporcionando excelentes posibilidades para la ornitología. Además, los entusiastas del senderismo pueden también encontrar posibilidades para el descubrimiento de los paisajes que rodean el sitio arqueológico. La complementariedad, por tanto, con otras actividades turísticas refuerza su importancia.

La demanda de turismo arqueológico está en pleno crecimiento siguiendo las mismas tendencias que la demanda del turismo cultural. Es responsabilidad de los gestores de los recursos turísticos arqueológicos y de los destinos, trabajar de forma adecuada para crear una oferta turística innovadora, educativa y atractiva con el fin de seguir aumentando el interés de la sociedad por conocer el patrimonio arqueológico. Existe una gran diferencia entre un yacimiento visitable y un yacimiento que completa su oferta con un centro de recepción de visitantes donde se pueden presentar aspectos relacionados con la vida cotidiana, las profesiones más comunes, las preocupaciones de la gente que lo habitaba, su dieta, su salud, etc. La utilización de nuevas tecnologías como las reconstrucciones virtuales o la utilización de técnicas museográficas y de interpretación del patrimonio aumenta el grado de satisfacción del visitante y por lo tanto el interés hacia el turismo arqueológico. Es un reto para los responsables de este tipo de patrimonio, desarrollar una tipología turística que contribuya a educar y sensibilizar a la sociedad ante la importancia del patrimonio arqueológico. En la medida que la oferta sea competitiva, el incremento de la demanda específica de este tipo de recursos y destinos, continuará paulatinamente en todos los lugares del planeta.

Bibliografía

Alonso Schwarz, G.

2012. "El turismo internacional y el "efecto maravilla". *Revista Novedades Económicas*, 660. Consultado el 20 de Marzo de 2016. En: http://www.ieral.org/images_db/noticias_archivos/2073-El%20Turismo%20Internacional%20y%20el%20efecto%20maravilla.pdf

Apsara Authority

"*Tourism Statistics*". Consultado el 7 de Marzo de 2016. En: http://apsaraauthority.gov.kh/?page=detail&menu1=860&ctype=document&id=860&ref_id=13&lg=en

Archaeological Institute of America (AIA)

2010. "A Guide to Best Practices for Archaeological Tourism". Consultado 20 de Febrero de 2013. En: <http://www.archaeological.org/pdfs/AIATourismGuidelines.pdf>

Association of Leading Visitor Attractions

"*Visits made in 2015 to visitor attractions in membership with ALVA*". Consultado 20 de Abril de 2016. En: <http://www.alva.org.uk/details.cfm?p=423>

Ballart, J.

1997. *El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*. Barcelona, Ariel.

Beresford, J.

2014. "Mind the Gap: Prediction and Performance in Respect to Visitor Numbers at the New Acropolis" *Museum, Museum & Society*, 12 (3), 171-190.

- Bertonatti, C.
2005. "Interpretación y turismo: ¿nos interesa dejar un mensaje al turista?" *Boletín de Interpretación*, n°12, 2-4. Consultado el 22 de Diciembre de 2014. En: <http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/boletin/index.php/boletin/article/viewFile/213/213>
- Bosch, R.; Pujol, Ll.; Serra, J. y Vallespinos, F.
1998. *Turismo y Medioambiente*. Madrid, Ramón Areces.
- Butler, R.
1980. "The Concept of a Tourism Area, Cycle of Evolution" *The Canadian Geographer*, n° 1, 5-12.
- Consejo de Europa
1969. *Convenio Europeo para la Protección del Patrimonio Arqueológico*. Londres, 6 de Mayo de 1969.
- Davis K.L.
1997. "Sites Without Sights: Interpreting Closed Excavations". En Jameson J.H. Jr. (1997): *Presenting Archaeology to the Public. Digging for truths*. Walnutt Creek, Altamira Press, 84-98.
- Díaz-Andreu, M.
2014. "Turismo y Arqueología. Una mirada histórica a una relación silenciada" *Anales de Antropología*, 48-II, 9-39.
- Fagan, B.
1995. "The Arrogant Archaeologist". En Fagan, B. (1995): *Snapshots of the past*, Oxford, Altamira Press, 238-243.
- Fagan, B.
2006. *From Stonehenge to Samarkand: An Anthology of Archaeological Travel Writing*. Oxford, Oxford University Press.
- Gathercole, P. y Lowenthal, D. (eds.)
1990. *The politics of the past*. Londres, Unwin.
- González, M.
2000. "Memoria, historia y patrimonio: hacia una concepción social del patrimonio" *Trabajos de Prehistoria*, vol. 57, n° 2, 9-20.
- Gunn, C.A.
2002. *Tourism planning: basics, concepts and case*. London, Routledge.
- Herbert, D.T.
1995. *Heritage, tourism and society*. London, Mansell.
- Kulemeyer, J.
2003. *Propuesta para el desarrollo del turismo arqueológico en Argentina*. Consultado el 12 de Diciembre de 2009. En: http://www.naya.org.ar/turismo/articulos/jorge_kulemeyer.htm
- Leone, M.S.; Valentini, M. y Mazzà, R.
2000. "Il turismo archeologico". En ENIT (2000): *Nono rapporto sul turismo italiano*. Firenze, Mercury.
- Lynott, M.J.
1997. "Ethical principles and archaeological practice: development of an ethics policy" *American Antiquity*, vol. 62, n° 4, 589-599.
- Manzato, F.
2007. "Turismo arqueológico: diagnóstico e análise do producto arqueoturístico" *Pasos -Revista de Turismo y Patrimonio Cultural-*, vol.5, n° 1, 99-109.
- McGrath, G.
2003. *Myth, Magic, Meaning & Memory: Mentor Tour Guides as Central to Developing Integrated Heritage Tourism at Archaeological Sites in Cusco, Peru*. Consultado el 20 de Octubre de 2015. www.esade.es/cedit2003/pdfs/mcgrathgemma.pdf
- Melotti, M.
2007. *Mediterraneo tra miti e turismo: Per una sociologia del turismo archeologico*, Milan, CUEM.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte
2016. *Cifras de visitantes de los Museos Estatales*. Consultado el 7 de Abril de 2016. En: <http://www.mcu.es/visitantemuseo/cargarFiltroBusqueda.do?layout=visitantemuseo&cache=init&language=es>
- Moreno Melgarejo, A.
2012. "La planificación y gestión turística de Cuzco y Machu Picchu: Una aproximación desde el destino arqueológico considerando la relación con sus principales recursos" *TURyDes Revista de Investigación en turismo y desarrollo local*, vol. 5, n°12. <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/amm.html>

Moreno Melgarejo, A.

2013. "La planificación y gestión turística de Siem Riep / Angkor (Camboya): Una aproximación desde el destino arqueológico considerando su relación con el parque arqueológico", *PASOS*, Vol. 11 N.º 1, págs. 107-119. En: <http://www.pasosonline.org/articulos/100-la-planificacion-y-gestion-turistica-de-siem-riep-angkor-camboya-una-aproximacion-desde-el-destino-arqueologico-considerando-su-relacion-con-el-parque-arqueologico>

Moreno Melgarejo, A. & Sariago López, I.

2014. "Gestión Turística en Pompeya y Herculano", *PASOS*, Vol. 12 N.º 1, págs. 173-186. En: <http://www.pasosonline.org/articulos/672-gestion-turistica-en-pompeya-y-herculano>

Morère, N.

1998. "Turismo Cultural". En Bayón, F. (ed.): *50 años del Turismo Español*. Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces, 701-720.

Morère, N. y Jiménez, J.

2007. "Análisis del turismo arqueológico en España: un estado de la cuestión" *Estudios Turísticos*, n.º 171, 115-139.

National Park Service.

Mesa Verde Visitation Statistics. Consultado el 7 de Abril de 2016. En: <https://www.nps.gov/meve/learn/management/statistics.htm>

Observatorio Turístico del Perú.

Llegada de visitantes al Santuario Histórico de Machu Picchu. Consultado el 17 de Abril de 2016. En: <http://www.observatorioturisticodelperu.com/mapas/impne.pdf>

Petra National Trust.

Annual Visitors to Petra. From 1985-2014. Consultado el 12 de Abril de 2016. <http://petranationaltrust.org/ui/Photos/Files/0a18ad54-3379-4b93-82f9-42fbda0f0228.pdf>

Pérez-Juez, A.

1999. "Patrimonio cultural y arqueología". Seminario sobre '*Turismo y gestión del patrimonio cultural*' celebrado del 9 al 13 de agosto de 1999. Santander, Universidad Internacional Menéndez Pelayo.

Pérez-Juez, A.

2001. *La Proyección social del patrimonio arqueológico: el yacimiento como recurso turístico*, Madrid, Tesis Doctoral, la autora.

Pinter, T.L.

2005. "Heritage Tourism and Archaeology: Critical issues", *The SAA Archaeological Record*, vol. 5, n.º 3, 9-12.

Recuero, N.; Blasco, M.F. & García de Madariaga, J.

2011. "Identifying motivations of archaeological sites visitors", *Cuadernos de Estudios Empresariales*, vol. 21, 97-113

Renfrew, C. y Bahn, P. (1993): *Arqueología. Teorías, Métodos y Práctica*. Madrid, Akal.

del Río, I.

1999. "Gestión del Patrimonio Cultural en España". Seminario sobre '*Turismo y gestión del patrimonio cultural*' celebrado del 9 al 13 de agosto de 1999. Santander, Universidad Internacional Menéndez Pelayo.

Robb, J.G.

1998. "Tourism and Legends: Archaeology of Heritage", *Annals of Tourism Research*, vol. 25, n.º 3, 579-596.

Ruiz Zapatero, G.

1998. "Fragmentos del pasado: la presentación de sitios arqueológicos y la función social de la arqueología". En *II Seminari Arqueologia i Ensenyament*. Treballs d'Arqueologia, n.º 5, Barcelona, 7-34.

Santacana, J. y Serrat, N.

2004. "Modelos museísticos y de presentación del patrimonio arqueológico". IV Jornada sobre Gestión del Patrimonio Sostenible: '*Los parques arqueológicos. Nuevas propuestas y retos de futuro*'.

SETEa (Association of Greek Tourism Enterprises)

Admissions to museums and archaeological sites 2000-2013. Consultado el 12 de Abril de 2016. En: http://sete.gr/_fileuploads/entries/Statistics/Greece/Museums%20and%20Archaeological%20Sites/Receipts/catID79/GR/140730_Receipts%20from%20museums%20&%20archaeological%20sites%20by%20year%202000-2013.pdf

SETEb (Association of Greek Tourism Enterprises).

Receipts to museums and archaeological sites 2000-2013. Consultado el 12 de Abril de 2016. En: http://sete.gr/_fileuploads/entries/Statistics/Greece/Museums%20and%20Archaeological%20Sites/Admissions/catID76/EN/140729_Admissions%20from%20museums%20&%20archaeological%20sites%20by%20year%202000-2013.pdf

Shackel, P. y Chambers, E. (eds.)

2004. *Places in Mind: Public Archaeology as Applied Anthropology*. New York, Routledge.

Slick, K.

2002. "Archaeology and the Tourism Train". En Little, B. (ed.) (2002): *Public Benefits of Archaeology*, Little (ed.), Gainesville: University Press of Florida, 219-227

Su, Y.-W., & Lin, H.-L.

2014. "Analysis of international tourist arrivals worldwide: The role of world heritage sites". *Tourism Management*, 40, 5, 46-58.

Soprintendenza Archeologica Napoli e Pompei. *Dati Visitatori*. Consultado el 9 de Abril de 2016. En: <http://www.pompeiisites.org/Sezione.jsp?idSezione=9>

Swain, H.

2007. *An Introduction to Museum Archaeology*. Cambridge, Cambridge University Press.

The Getty Conservation Institute

Visitor Management and Interpretation. Consultado el 17 de Marzo de 2016. En: https://www.getty.edu/conservation/publications_resources/pdf_publications/pdf/qv_vol1_part4.pdf

Tresserras, J.

2007. "Turismo arqueológico". En AECIT (2007): *La actividad turística española en 2007*, Castellón, Centro de Estudios Ramón Areces.

Walker, C. J., & Carr, N.

2013. *Tourism and Archaeology: Sustainable Meeting Grounds*. Left Coast Press, Inc.

Recibido: 02/02/2016

Reenviado: 09/05/2016

Aceptado: 31/05/2016

Sometido a evaluación por pares anónimos