

Fecha de recepción: 11 de junio de 2013.
Fecha de aceptación: 13 de diciembre de 2013.

TURISMO Y ARQUEOLOGÍA. UNA MIRADA HISTÓRICA A UNA RELACIÓN SILENCIADA

Margarita Díaz-Andreu
ICREA-Universitat de Barcelona

Resumen: Durante el siglo XIX y principios del XX se dio, por un lado, el desarrollo de la profesionalización de la arqueología y, por el otro, la aparición del interés de los Estados en la industria del turismo. Los investigadores han analizado estos dos procesos como si se tratara de actuaciones separadas, uno enfocado hacia el incremento del saber sobre el pasado para consolidar la estructura histórica que sustentaba la memoria nacional, y el otro centrado en el beneficio económico que conllevan las actividades relacionadas con el ocio. En este artículo se analizará si el desarrollo de estos dos factores, turismo arqueológico y profesionalización de la arqueología, han sido totalmente independientes el uno del otro. Investigaciones preliminares sugieren que no han estado hasta cierto punto conectados, especialmente en países con ruinas monumentales. Se analizará su posible relación y de qué forma han estado vinculados al nacionalismo, y más recientemente, al mercantilismo.

Palabras clave: turismo arqueológico; arqueología; nacionalismo; mercantilismo.

TOURISM AND ARCHEOLOGY. A HISTORICAL LOOK TO A SILENCED RELATIONSHIP

Abstract: The Nineteenth and early Twentieth Centuries saw the development of the professionalization of archaeology and also the emergence of government interest in the tourism industry. Researchers have analyzed these two phenomena as if they were separate processes; the first centered on increased knowledge of the national past and the second focused on the economic benefit brought by leisure activities. This paper analyzes whether these two developments, archaeological tourism and the professionalization of archeology, have actually evolved independently of each other. Preliminary research suggests that they have not, at least in some countries, especially in those with monumental ruins. This paper analyzes the possible relationship between these developments and the extent to which they are connected, first to nationalism and more recently to commodification.

Keywords: archaeological tourism; archaeology; nationalism; mercantilism.

INTRODUCCIÓN. ARQUEOLOGÍA Y TURISMO: DEL NACIONALISMO AL MERCANTILISMO

*To neglect heritage is a cardinal sin, to invoke
it a national duty*

Lowenthal 1998: XIII

En este artículo se analiza desde una perspectiva diacrónica la conexión entre una disciplina científica, la arqueología, y una actividad relacionada con el ocio, el turismo. Como trataré de exponer en las próximas páginas de este trabajo, a pesar de su tan diferente naturaleza, la visión histórica del desarrollo de ambas deja claro que el destino de una y otra han estado conectados desde hace largo tiempo. Si esto no se ve reflejado adecuadamente en las historias de la arqueología (o del turismo) es porque éstas se han centrado en estudiar o bien el desarrollo interno de las ideas según se iban haciendo nuevos descubrimientos o surgiendo nuevas propuestas en el debate interdisciplinario, o bien las circunstancias sociopolíticas en las que todo lo anterior tuvo lugar. Este trabajo de alguna manera se podría asociar con este último tipo de perspectiva pero lo hace de una forma diferente, prestando atención a cómo la arqueología se inserta en la sociedad a través del ocio.

Quizá sea conveniente definir qué entendemos por los términos que están en la base del análisis antes de comenzar la exploración histórica de tal relación. La Organización Mundial del Turismo (OMT) precisa que el turismo “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios u otros motivos” (OMT 2001). Las actividades a las que se refiere esta definición, sin embargo, pueden ser múltiples, lo que da lugar a tipos diferentes de turismo: de playa y sol, rural, ecológico y, entre un largo etcétera, cultural. Es éste el que ofrece al turista la posibilidad de conocer la faceta cultural del lugar que se visita, lo que incluye acercarse al arte, la historia, los aspectos socioeconómicos y medioambientales, el estilo de vida, las festividades, tradiciones y costumbres de la gente que habita el territorio visitado. Un subtipo de turismo cultural es el patrimonial, que es el que aquí nos interesa, en especial en todo lo referente al patrimonio arqueológico. Según la UNESCO, “El patrimonio cultural es el legado que recibimos del pasado, lo que vivimos en el presente y lo que transmitimos a futuras generaciones” (Gobierno de Chile 2012).

Arqueología es un término que puede tener varios significados. Hasta hace pocos años en muchos países de la Europa occidental, y entre ellos en España, se asociaba con la historia del arte clásico (mis propios recuerdos de la asignatura

de Arqueología en la universidad me llevan a Praxíteles y a los distintos órdenes arquitectónicos de la arquitectura griega). Esta acepción, que proviene del mundo alemán y francés, está siendo sustituida a nivel mundial por otra, procedente del mundo angloparlante, que es la que se utilizará en este trabajo y que entiende la arqueología como el estudio del pasado a través de sus restos materiales producidos por generaciones ya desaparecidas. Por extensión, este vocablo se asocia igualmente con la profesión que se dedica a estos menesteres. Lo que se pretende en este artículo es ver cómo, en qué manera y hasta qué grado estas dos actividades que acabo de definir, turismo y arqueología, están relacionadas.

La propuesta que desarrollaré en estas páginas se centra en la idea de que en la base de la conexión entre turismo y arqueología está el nacionalismo y, sustentando su acercamiento actual, el mercantilismo. Sobre la conexión entre nacionalismo y arqueología ya he tratado en otros lugares (de forma más general en Díaz-Andreu 2007, pero en ejemplos concretos en muchos otros escritos), pero en mis trabajos anteriores nunca me he detenido a ver las implicaciones que tal relación puede tener para el turismo. Repasaré brevemente algunas de las ideas ya expuestas en otros sitios. El nacionalismo es una ideología política que se impone desde finales del siglo XVIII en algunos países y se va extendiendo gradualmente a otros hasta ser aceptada a nivel mundial a principios del XX. Esta ideología defiende que la base del sistema político es la nación. Ahora bien, ¿qué es la nación? ¿Cómo se demuestra que existe una nación? El diccionario de la Real Academia Española define nación de varias formas, como “Conjunto de los habitantes de un país regido por el mismo gobierno” o “Territorio de ese país”, o incluso “Conjunto de personas de un mismo origen y que generalmente hablan un mismo idioma y tienen una tradición común”. No muchos de los habitantes de territorios colonizados concordarían con la primera acepción, mientras que la segunda parece que se queda corta, puesto que presupone la tercera en la definición del territorio. Lo que la última no avisa es que normalmente ese conjunto de personas aludirán a su tradición común, es decir, a su historia común, para definirse como nación y que esto les da derecho a exigir la autodeterminación. Esto convierte a la historia en una pieza clave legitimadora de la nación y todo resto del pasado –sea éste inmaterial o material, como documentos, ruinas, yacimientos u objetos arqueológicos– queda de alguna forma integrado en la narrativa histórica del devenir nacional. El nacionalismo, por tanto, explica el desarrollo de la arqueología como disciplina científica, puesto que el Estado es el primer interesado en tener profesionales que desarrolleen una retórica histórica que le sustente ideológicamente, que mantengan organizados los restos del pasado en

archivos y museos y que enseñen a generaciones futuras las claves históricas de la propia nación.

¿Y el turismo? Por supuesto que su emergencia no está directamente relacionada con el nacionalismo, sino con la aparición de tiempo para el ocio entre un sector cada vez más amplio de la sociedad, algo que deja de ser exclusivo de la aristocracia tras el desarrollo de las clases medias en el periodo de la industrialización del siglo XIX. Pero si el turismo no surge por el nacionalismo, lo que esta ideología sí que explica es el interés de los turistas por los monumentos históricos y otros restos del pasado y por visitar los museos arqueológicos, que son las instalaciones donde se puede ver y aprender sobre el pasado de la nación (o de una localidad o región entendida como componente de ésta). El interés del turista por lo cultural no es neutro, sino históricamente contingente y comprensible dentro del universo nacionalista. Turismo y arqueología quedan, por tanto, entrelazados. El discurso nacional, por supuesto, no valora todo por igual, sino que resalta los períodos que se perciben como más gloriosos para el pasado de la nación. De esta manera no todas las reliquias del pasado seducen al turista por igual –unas lo harán más que otras en parte dependiendo de las narrativas nacionalistas aprendidas y asumidas y de las imaginaciones sobre ellas internalizadas. Claro que esta atracción se verá favorecida por una mayor inversión del Estado hacia su presentación, puesto que el turismo es uno más de los mecanismos de propaganda del Estado-nación (ver el caso de Singapur en Leong 1989). En condiciones normales, este apoyo económico queda oculto por parecer natural, y por tanto es uno más de los dispositivos básicos con los que se simboliza la nación (*cf.* Billig 1995). Su verdadera naturaleza política queda clara, sin embargo, en las ocasiones en las que hay cambios en las fronteras de las naciones, ya sea por la independencia conseguida por las antiguas colonias o la fragmentación de países (como Yugoslavia) o la reunificación de otros (pensemos en la Italia decimonónica o la Alemania de finales del XX), en los que se produce un cambio de la interpretación étnica de los restos arqueológicos y, por tanto, de lo que se enseña al turista y cómo se le enseña.

Explicada la base que enlaza turismo y arqueología, en las siguientes páginas de este trabajo expondré cómo tal relación ha cambiado a lo largo de los siglos y las transformaciones que el mercantilismo está llevando a la misma.

ENTRE EL COLECCIONISMO ELITISTA Y LA FASCINACIÓN POR EL PASADO (SIGLO XVIII)

Recorremos grandes caminos y cruzamos el agua para ver lo que solemos despreciar si lo tenemos a mano. Esto es porque la naturaleza ha dispuesto las cosas de manera que vamos tras lo que está lejos y permanecemos indiferentes a lo cercano o porque cualquier deseo pierde su intensidad al ser satisfecho fácilmente o porque posponemos todo lo que podemos ver siempre que queremos, con la seguridad de que a menudo tendremos la oportunidad de hacerlo. Cualquiera que sea la razón, hay muchas cosas en nuestra ciudad y sus alrededores de las que ni siquiera hemos escuchado hablar, mucho menos visto; sin embargo, si estuvieran en Grecia, en Egipto o en Asia... habríamos oído todo de ellas, leído todo acerca de ellas, mirado todo lo que hubiera que ver.

Plinio el Joven, en Goeldner y Brent Ritchie 2012: 29.

La descripción que acabamos de leer arriba, realizada por Plinio el Joven, en el siglo II de nuestra era, podría identificarse con la de un turista actual, pero en realidad proviene de un contexto muy diferente. Claro que el nombre de “turista” aparece hasta el siglo XIX en un mundo muy distinto al del romano y conlleva una serie de condiciones económicas que no existían hasta hace dos centurias. Lo que el texto resalta es la curiosidad que caracteriza a los humanos, que lleva a determinadas personas a trasladarse con el fin de descubrir lo que hay más allá de su ámbito geográfico. Para este desplazamiento hace falta una infraestructura y las bases de ésta se comienzan a construir en el mundo antiguo, pero los viajes sólo adquirirán fuerza como fenómeno de masas, y por tanto sólo se podrán identificar con el turismo tal y como hoy lo entendemos, hasta mucho después.

Los romanos no fueron los primeros en mostrar curiosidad sobre tierras lejanas y desplazarse hacia ellas: se habla de los sumerios como aquellos que, al inventar la moneda, hicieron posible pagar por servicios y, por tanto, como los iniciadores remotos del turismo. También sabemos que las distintas civilizaciones mesopotámicas desarrollaron una red de caminos que unía las principales ciudades y que igualmente se crearon redes de transporte en Asia central—en China—en la zona donde se establecería lo que se denominó la Ruta de la Seda. También en India, Nepal, Tailandia, Irán, etc., se organizaron rutas de peregrinaje, que algunos identifican (de una manera en gran medida forzada, a mi entender) con el turismo (Sofield y Li 1998). En ocasiones el desplazamiento fluvial sustituyó los caminos: en Egipto las carreteras no eran tan necesarias puesto que muchos de los trasladados se hacían por el Nilo y tenemos noticias de viajes de placer realizados por faraones y por gente más humilde que acudían a fiestas organizadas en otras

localidades (Goeldner y Brent Ritchie 2012: 29-30). Entre los griegos observamos que Heródoto viajó por todo el Mediterráneo oriental, llegó hasta Babilonia (Goeldner y Brent Ritchie 2012: 33), y la primera guía conservada está relacionada con Grecia, aunque sea de época romana: Pausanias escribió una *Guía del viajero de Grecia* entre 160 y 180 dC (Goeldner y Brent Ritchie 2012: 31). Durante la época medieval fue fundamental el peregrinaje religioso y el atesoramiento de reliquias. Pero todo esto son precedentes y no turismo propiamente dicho.

Tanto el coleccionismo como el viaje de placer resurgieron con fuerza en la Edad Moderna, en la que hay que destacar el *Grand tour*, un recorrido que durante los siglos XVII y, sobre todo, XVIII todo joven de familia acomodada de países como Gran Bretaña se suponía debía de hacer en Italia –Génova, Milán, Florencia, Venecia, Roma y Nápoles– pasando de camino cierto tiempo en París. Se calcula que de unos quince a veinte mil turistas británicos estaban de viaje cada año en el extranjero en el siglo XVIII (es decir, un 0.2-0.3 % del total de la población), cifra que aumentó a unos cincuenta mil en los años treinta del XIX (Towner 1985: 304-305). Es en el *Grand tour* donde, a mi entender, podemos ver el auténtico origen del turismo como tal; la cantidad de jóvenes, fundamentalmente europeos (y alguno que otro norteamericano), realizando estos viajes, hace que se desarrolle una serie de servicios para facilitarlos, que incluyen la apertura de pensiones y la organización de tertulias y salones. Asociado al *Grand tour* se desarrolla también una literatura de viajes, se organizan albergues y se producen las primeras reproducciones que se pueden llevar los viajeros de vuelta a casa.

La elección de Italia como destino del *Grand tour* no es casual: en este momento anterior al nacionalismo propiamente dicho, el origen de las naciones no se busca necesariamente en las propias ruinas sino en el mundo clásico del cual los Estados más poderosos del momento sienten ser sus legítimos herederos. Las clases dirigentes del norte de Europa se adjudican la responsabilidad de cuidar de la antorcha de la civilización que imaginan han recogido del mundo griego y romano. Así, los que realizan el *Grand tour*, los jóvenes “touristas”, tienen la obligación de visitar ruinas arqueológicas y familiarizarse con la Escultura clásica como forma de experimentar el pasado y absorber su sabiduría. Se tienen que contentar con lo que pueden visitar en la península italiana, pues Grecia queda todavía inaccesible a los occidentales por ser parte del imperio otomano. Ocasionalmente se incluyen en la ruta otros países, como España (Freixa 1994) y, ya en el XIX, América (Liebersohn 1998; Trifilo 1959), pero como ya he mencionado, el foco de atención es Italia. Aunque no insistamos en ello posteriormente, los viajes de aprendizaje continuarán durante el siglo XIX con la incorporación

de las clases medias que acudirían a Italia y a otros países, como España (Pérez-Juez 2006: 59-65).

Los restos arqueológicos que más impacto tienen en esta época son los de Roma, ciudad en la que varios de los monumentos clásicos todavía se mantienen en pie y donde varias excavaciones arqueológicas se hallan en curso bajo mandato papal, teniendo como fin el obtener innumerables restos para las colecciones del Vaticano. La estancia en la antigua capital del imperio romano ejerce sobre los jóvenes una poderosa influencia de la que quedan múltiples testigos de su recuerdo posterior a lo largo de sus vidas (Black 2003; Dyson 1998: 3-6). Desde la década de 1750, tras la visita a Roma se hace obligado el desplazarse hasta los yacimientos más meridionales de Herculano, Pompeya y Estabia, ciudades enterradas por la erupción del Vesubio en el año 79 de nuestra era, cuyos restos se descubren en el siglo XIX. Herculano se reconoció cuando encontraron esculturas y otros objetos antiguos al excavar un pozo en una finca comprada por el príncipe Carlos, el futuro rey de España. Las excavaciones tuvieron lugar entre 1738 y 1776 (Mora 1998; Parslow 1995). En cuanto a Pompeya, los trabajos empezaron en 1748 y todavía estaban en marcha en el siglo XIX (Bignamini 2004; Cooley 2003), mientras que Estabia se excavó entre 1749 y 1782 (Étienne 1992; Mora 1998: 108-110).

Alrededor del *Grand tour* surgió un boyante comercio de antigüedades cuya otra cara de la moneda fue el floreciente negocio de las falsificaciones. Ambos cubrieron la demanda de objetos arqueológicos que los viajeros ávidamente compraban para llevarlos consigo de vuelta a su país y exponerlos en sus señoriales mansiones. También para ellos se vendió una gran cantidad de cuadros con reproducciones de paisajes y escenas en los que abundaban las ruinas arqueológicas, como los realizados por el artista Piranesi. En este contexto se publicaron obras y literatura más especializada, como *La historia del arte en la Antigüedad* de Johann Joachim Winckelmann (1764), que se convirtió en obra de consulta de viajeros y por tanto tuvo gran influencia más allá de los círculos académicos.

Toda esta fascinación hacia las antigüedades clásicas se extendió a otros tipos de arqueología, como la etrusca, o incluso hizo una mínima aparición el interés por la prehistoria. En cuanto a la etrusca, entró en el circuito del *Grand tour* por los entonces recientes descubrimientos publicados por Sir Thomas Dempster en 1723 y por los esfuerzos de la Academia Etrusca fundada en 1726 (Cristofani 1983). En otras partes del mundo las antigüedades monumentales también despertaron interés. Sobre las ruinas de Palenque, por ejemplo, decía en 1784 el capitán general de Guatemala de entonces que eran dignas “de todo mi cuidado por lo que pueden conducir... al honor de la nación” (en Alcina Franch 1995: 85). Al mismo tiempo, tanto en Latinoamérica como en otras zonas del mundo colonial

o por colonizar se llevan a cabo expediciones en las que se recogió información sobre ruinas monumentales. Así, Alexander von Humboldt recogió en su viaje a Latinoamérica entre 1799 y 1804 múltiple información sobre monumentos y esculturas (Alcina Franch 1995: 125-131). Lo remoto de todas estas áreas para el viajero habitual, sin embargo, hizo que únicamente quedaran para la visita de los intrépidos o los que no tenían más remedio que trasladarse al lugar por ser éste su destino profesional.

LA ARQUEOLOGÍA EN EL DISCURSO DE IDENTIDAD NACIONAL (SIGLO XIX)

La serie de revoluciones que caracteriza el final del siglo XVIII, entre las que destacan las de América –que llevan a la independencia de Estados Unidos y más tarde de la mayoría de los países latinoamericanos– y las de Europa –con la francesa como mejor ejemplo– llevan a un cambio irreversible en la configuración política del mundo occidental. En el nuevo sistema político creado, la monarquía deja de ser imprescindible para ser sustituida por la nación como la pieza clave sostenedora del Estado. De hecho, muchos de los nuevos países creados tras la quiebra del Antiguo Régimen, como las nuevas naciones latinoamericanas, optaron por ser repúblicas. En Europa se mantuvo en casi todos los países el sistema monárquico, pero éste se tuvo que poner en servicio de la nación, es decir, de los ciudadanos. El siglo XIX protagoniza la progresiva implantación de los principios nacionalistas como el eje principal de la política estatal e internacional, lo que significa que la justificación de la existencia de la nación se convierte en esencial y la propaganda de sus logros en algo político. Esto influye tanto en la arqueología como en el turismo. Por una parte, el interés por el pasado nacional lleva a la profesionalización e institucionalización de la arqueología (y de otros saberes, como la historia del arte, la literatura, etc.) con la apertura de museos, la organización de la docencia universitaria sobre las antigüedades y el surgimiento del control administrativo del quehacer arqueológico. Por otro lado, el crecimiento de la clase media hace que la posibilidad de tener tiempo de ocio se extienda a un sector más amplio de la población, dejando de ser algo exclusivo de las clases más adineradas de la sociedad (Baranowski y Furlough 2001). El tiempo que se puede dedicar a esta actividad y la cantidad económica, sin embargo, todavía son limitados: por ello el turismo que se impone en estos años ya no se centra en el *Grand tour*, en los largos viajes hacia Italia. El nuevo interés por la nación hace que los desplazamientos que incluyen una actividad cultural como parte del ocio se dirijan a la visita de ruinas y museos relacionados con el pasado de la propia nación en la que se busca aprender los orígenes de la idiosincrasia del país.

Un factor que facilita la visita de yacimientos en el propio país es el desarrollo del transporte gracias al descubrimiento de la fuerza del vapor. En 1822 Robert Smart, un hombre de negocios de Bristol, fue el primero en empezar con el negocio de la venta de boletos de barcos de vapor con destino a Dublín (Goeldner y Brent Ritchie 2012: 40). Más importante para el tema que tratamos es la iniciativa de Thomas Cook en 1841, apenas diez años tras la apertura de los primeros trenes al transporte de pasajeros. Cook aprovecha la recién abierta línea de ferrocarril para organizar una excursión en tren de Leicester a Loughborough, un trayecto de alrededor de veinte kilómetros, a la que acuden unos 570 pasajeros pagando cada uno de ellos un chelín. El éxito obtenido le lleva a organizar muchos otros viajes, primero por Inglaterra, luego por Escocia, París, los Alpes suizos e Italia en 1850 para luego llegar a Egipto (Pérez Juez 2006: 66). En las ciudades adonde lleva a los turistas se visitan monumentos artísticos e históricos y, de nuevo, no es casualidad que Italia y Egipto sean precisamente dos de los países donde primero se realizan viajes organizados, puesto que la arqueología antigua es uno de los mayores atractivos en este momento (además de otros como, en Roma, el patrimonio eclesiástico y aristocrático de época moderna). En Inglaterra, el mismo interés hacia las ruinas arqueológicas llevó a la visita popular de estructuras megalíticas como Stonehenge, que es objeto de expediciones, como la realizada por todo un pueblo—Market Lavington—in 1878: montados en un carro tirado por una máquina de vapor que iba a una velocidad de 4 millas (6.5 km) por hora, el trayecto de un total de 28 millas (45 km) les ocupó todo el día (Richards 2005).

La visita del turista a los monumentos se facilitó desde la década de 1930 por la aparición de guías turísticas, empezando por las alemanas de Baedeker, las británicas de Murray y las italianas del Touring Club. Murray publicó una guía sobre Egipto en 1847 y Baedeker sacó una para el Bajo Egipto treinta años después. Las guías siempre contienen información sobre monumentos y antigüedades—sobre la de India, publicada en 1891, Mackenzie señala que “cada sitio estaba lleno de inscripciones, tabletas, estatuas, memoriales y esculturas” (Mackenzie 2005: 25). Observando la información en las guías referentes a Europa, parece claro que lo seleccionado es lo más accesible por estar cerca de una estación de tren o de carretera (Mackenzie 2005: 24). A finales del siglo XIX las guías se habían convertido en un elemento esencial del turismo cultural y el padre Alfred Louis Delattre explotó este potencial en el caso de Túnez (entonces colonia francesa), ya que comprendió que debía confeccionar una para, con lo que ganara de su venta, financiar la excavación de las ruinas de Cartago (para el caso de México ver Villalobos en este número). Éste fue el origen de las guías del museo de 1893 y de las excavaciones de dos años más tarde (Bacha 2009: 159). Poco después, en

1899 la municipalidad de Túnez firmó un convenio con la Sociedad de Grandes Hoteleros Europeos para construir un teatro, un café restaurante, un palmeral y un casino. En 1903 se creó el Comité de Invernada de Túnez (Comité d'Hivernage de Tunis) y en 1910 el Comité de Turismo de Argelia y Túnez (Bacha 2009). También de la necrópolis romana de Carmona, abierta al público como jardín-museo, sabemos que existía una guía editada en 1887 (Gómez Díaz 2006: 287).

Además del desarrollo del transporte y de las guías, el turista ve mejorar su experiencia por la inversión que hace el Estado en la restauración de monumentos, la apertura de museos y la generación de una serie de oficinas estatales para gestionar todo lo referente a los restos del pasado. En cuanto a la restauración de monumentos, tenemos ejemplos tempranos en Roma, donde se realizaron trabajos en el Coliseo en 1806 y el Arco de Tito y la Vía Sacra, junto al foro, en 1812-24 (Özdogan y Eres 2012: 467). La catalogación de monumentos comenzó en países como Francia, donde se creó el puesto de Inspector General de Monumentos (Schnapp 1996: 53-54). Dado el prestigio de este país, el ejemplo de lo que hace cunde, algo de lo que los protagonistas de ese momento eran conscientes. Así, el ministro de Educación francés comentaba con orgullo en 1847 que:

En Bélgica, en España, en Italia, en Alemania se están formando comisiones siguiendo el ejemplo de nuestros Comités Históricos... y tenemos razones para felicitarnos por haber marchado en esta vía como en multitud de otras a la cabeza de las demás naciones (López Trujillo 2006: 178).

El número de monumentos catalogados y restaurados creció exponencialmente a lo largo del siglo XIX en Europa occidental y esta tendencia llegó a otras áreas hacia finales de siglo de la mano de la arqueología imperial tanto formal como informal (*cf.* Díaz-Andreu 2007). Este fue el contexto en el que Arthur Evans llevó a cabo la restauración del palacio de Minos en Knossos –una de las primeras ocasiones en que esto se realizó fuera del núcleo de Europa occidental (Klynne 1998; Özdogan y Eres 2012: 468).

Para albergar los objetos del pasado de manera que pudieran cumplir un objetivo didáctico se abrieron museos. Los primeros, que pertenecen al siglo XVIII, contienen objetos clásicos y provienen en muchos casos de colecciones reales, como las del museo de Louvre, o aristocráticas, como el British Museum. Son muy diferentes de las Cámaras de las Maravillas de las iglesias medievales, y su carácter público los aleja de las colecciones privadas de la época moderna. Luego, durante la Revolución francesa, fue la labor de un individuo, Alexandre Lenoir, a quien se le ocurrió rescatar esculturas del caos de la destrucción de iglesias que estaba teniendo lugar en París y exponerlas en lo que había sido el convento de

los Pequeños Agustinos en París, entonces expropiado por el estado. Este fue el origen del Museo de los Monumentos Franceses, que adquirió gran popularidad (Díaz-Andreu 2007: 319-322). Este museo, pese a que cerró sus puertas en 1816, al final de la revolución, tuvo un gran impacto inspirando a muchos otros museos europeos y a los propios ciudadanos franceses. Así recordaba su experiencia infantil uno de sus visitantes años después:

Como niños nos familiarizamos íntimamente con todos aquellos personajes de mármol: reyes, guerreros, prelados, escritores, poetas, artistas. No sabíamos apenas leer pero ya les conocíamos las facciones y sus historias... [La visita a los Pequeños Agustinos] fue una buena preparación para leer Augustin Thierry, Barante y todos el grupo de historiadores que luego al poco arrojarían luz sobre aquellas partes de nuestra historia nacional que todavía estaban cubiertas por las tinieblas (en Díaz-Andreu 2007: 322).

Desde este primer museo con objetos arqueológicos de la propia nación surgieron muchos otros a lo largo del siglo XIX en Europa occidental y otros países, como México y Perú, y algunas colonias, como Batavia (la Indonesia holandesa –aunque aquí el museo ya existía en el XVIII) (Díaz-Andreu 2007: 89, 90, 217). Hacia finales de siglo se empezaron a extender entre las colonias y otros países deseosos de emular lo que estaba pasando en París o Londres. Así podemos entender la creación de museos en Argelia, a mediados de siglo (Oulebsir 2004), o en Túnez, el Museo del Bardo en 1882 (Bacha 2009), aunque hay excepciones de épocas anteriores, como el pequeño museo que se abrió en la iglesia de St. Irini en Estambul, que luego cambió de nombre para convertirse en el Museo Imperial Otomano, en 1868, para el cual se construyó en 1891 un edificio neoclásico expresamente para albergarlo (Díaz-Andreu 2007: 111, 114).

Hacia finales de siglo XIX apareció un nuevo tipo de museo que fue el construido al aire libre, normalmente obra de la iniciativa privada y sin duda dirigido al turismo. El de Skansen de 1891 fue el primero de su tipo en lo que hoy podríamos definir como arqueología histórica, aunque entra más de lleno en la parcela de la etnohistoria. Se trasladaron a este pueblo sueco unos ciento cincuenta edificios construidos entre los siglos XVI y XIX provenientes de todas partes de Suecia con un propósito nacionalista: guardar la memoria de cómo era la Suecia auténtica. Este es todavía hoy uno de los museos suecos más visitados, con 1.4 millones de visitantes al año (Ballart 2002: 212-215, Roigé 2007: 20-21). Al creador de Skansen, Artur Hazelius, no le fue indiferente la arqueología, ya que entre sus intereses estuvo el erigir de nuevo las estelas o monolitos con inscripciones rúnicas que se habían caído por el paso del tiempo. Al otro lado del Atlántico, en los Estados Unidos, no por casualidad directamente inspirado en

un arqueólogo sueco (el barón Gustaf Nordenskjöld), se construyeron entre 1896 y 1906 los Manitou Cliff Dwellings en los alrededores de Colorado Springs. En este caso no se trató del traslado de estructuras reales, sino sólo de imitaciones de ruinas de otros lugares edificadas al menos cinco siglos antes (Lovata 2011: 197). El fácil acceso a esta atracción turística –en contraposición con la lejanía y poca visibilidad de los restos arqueológicos auténticos– le aseguró, al igual que en el caso sueco, un abundante público desde su apertura. Claro que entre los dos museos hay diferencias, puesto que en el caso americano la notoriedad que alcanza la iniciativa tiene que contextualizarse en el desarrollo del turismo en el oeste americano de principios de siglo XX, el cual explota la imagen del indio americano exótico y atemporal (Lovata 2011: 200). Al igual que en Skansen, el éxito de Manitou Cliff Dwellings continuó hasta nuestros días.

De alguna manera relacionadas con los museos estarían las exposiciones universales, celebradas desde la primera Great Exhibition de Londres de 1851. Estas exposiciones fueron grandes impulsoras del turismo, dando a conocer a todos los países que exponían en ellas y trayendo al país organizador un gran número de visitantes. En la primera exposición, por ejemplo, el Museo Británico dio entrada a dos millones y medio de personas (Caygill 1992: 50). La exposición además reforzó la importancia del patrimonio cuya exhibición llevaría a varios asistentes a interesarse por las antigüedades (Bowden [199] cita el ejemplo de Fox, luego llamado Pitt-Rivers, y Giles [2006: 281] el de otro arqueólogo menos conocido, John R. Mortimer). En las exposiciones universales se populariza el pasado de la nación, incluido el más remoto. Así, en las de París de 1867, 1878 y 1889, la sección de prehistoria, organizada por Gabriel de Mortillet, logra reunir una gran cantidad considerable de objetos y tiene gran éxito ante el público (Müller-Scheessel 2001). A la exposición de Chicago acudieron entre 12 y 16 millones de personas (Graff 2011a: 222), y en ella una de las doce secciones trató de “Etnología, Arqueología” (Graff 2011a: 224). En ésta se presentó material arqueológico de Uxmal y Labná y el museo de Cliff Dwellers mostró una reproducción de un sitio hopi del suroeste de Colorado (Graff 2011b: 151).

Pero además de las grandes exposiciones lideradas por el gran capital, vemos que hubo un trabajo constante por parte de las clases medias, a veces también de las aristocráticas, en las llamadas en sociedades y asociaciones de todo tipo. Entre ellas, las sociedades de excursiones tuvieron gran peso como impulsoras de la aceptación de la importancia de la arqueología entre un sector cada vez más amplio de la sociedad. Estas asociaciones aparecieron en la década de 1870 y organizaron excursiones en grupos. Así sabemos que en Italia una de estas asociaciones organizó un viaje en 1877 para ir a visitar los grabados rupestres del

Valle de las Maravillas (Arcà 2013) y en Cataluña es notable el papel de éstas en el conocimiento popular del patrimonio arqueológico (Genera 2008). También las sociedades arqueológicas o de anticuarios organizaban regularmente excursiones, como las llevadas a cabo en Irlanda por la Kilkenny Archaeological Society (McEwan 2003: cap. 3). Hay otro tipo de asociaciones, como las de fotografía, que también se dedicaban a documentar los monumentos del país (Edwards 2006).

En las fotografías y en las postales podemos ver hasta qué punto la visita a los monumentos históricos y arqueológicos fue aceptada por la sociedad en general. En cuanto a las postales que se enviaban con imágenes como recuerdos del viaje, empezaron a circular en la década de 1870 y casi desde el principio una de las temáticas fue los monumentos (Selwyn 1996). Por otra parte es interesante observar que el uso de las nuevas tecnologías –como la fotografía– tiene un efecto bidireccional. Si por una parte ayudan a expandir el conocimiento sobre lo visitado en países lejanos (Harlan 2009; Robinson y Picard 2009; Sougez *et al.* 2002) y en el propio país (Edwards 2006), por la otra ayudan a los arqueólogos como técnica de registro (González Reyero 2007) y hoy en día nos permiten ver el estado en el que se encontraban los yacimientos y monumentos en aquel momento, además de las relaciones sociales alrededor de ellos.

LAS DÉCADAS CLAVE EN LA RELACIÓN ENTRE TURISMO Y ARQUEOLOGÍA (DE 1920 A 1970)

En los primeros años del siglo XX continuó la labor del Estado en la financiación de la conservación de monumentos, mantenimiento y apertura de museos, fomento de la enseñanza especializada y la organización de servicios de gestión de patrimonio arqueológico. A esta última se le une la creación de las primeras oficinas estatales de fomento de turismo y en algunos casos los miembros están en clara conexión con los de otras instituciones de carácter más arqueológico. En el caso de España, por ejemplo, entre los miembros de la Junta Superior de Excavaciones y Antigüedades (1915-1934), se encuentra el Comisario Regio de Turismo (Moreno Garrido 2004). Observando la cantidad de dinero que el Estado español ofrece para las excavaciones, queda claro que las cifras más abultadas iban hacia los yacimientos que se estaban abriendo en estos momentos al público: el palacio islámico de Medina Azahara (22.3 % del presupuesto de todos los años entre 1915 y 1934), las ciudades romanas de Mérida (17.6 %), Itálica (13.0 %), Numancia (6.0 %, donde la retórica se fija en lo prerromano) y Sagunto (5.3 %), lista a la que habría que añadir La Alhambra y Ampurias, subvencionadas por fuentes independientes. En realidad no sería difícil advertir que quizás de este presupuesto no se favorecía tanto los

arqueólogos como a los arquitectos restauradores (Díaz-Andreu 2004: CXXXIII-CXXXIX), profesión que se benefició de la importancia de los monumentos ya desde el siglo XIX. La Comisaría Regia de Turismo (1911-1928) y su seguidor el Patronato Nacional de Turismo publicaron pequeñas guías de monumentos, entre las que se incluyen algunas de eminentemente carácter arqueológico, como la cueva de Altamira (Obermaier 1928), y otras en las que se incluye información sobre restos arqueológicos, como las guías de las ciudades de Córdoba y Tarragona. Otro ejemplo más tardío fue el de México, con la creación del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) en 1939, institución que pronto empezó a producir guías turísticas, lanzando una importante colección desde la década de 1950. Chichén Itzá fue una de las primeras en aparecer (Villalobos Acosta 2011).

Pronto empieza a percibirse la necesidad del control estatal de la arqueología y del turismo. En 1913 en el Reino Unido se proclama la Ancient Monuments Consolidation and Amendment Act por la que se crean las oficinas llamadas Ancient Monument Board en Inglaterra, Escocia y Gales, que a partir de entonces cuidan del patrimonio monumental arqueológico. Defendiendo la necesidad de esta ley, decía Lord Curzon en 1912 en el parlamento que:

La actitud hacia la arqueología de este país y del mundo civilizado en general ha cambiado recientemente. Se considera que los monumentos nacionales a los que se refiere esta ley son parte del patrimonio y de la historia de la nación... son documentos tan válidos para leer el pasado como cualquier monumento o pergamo (Champion 1996: 44).

Pero es que para entonces los monumentos arqueológicos ya habían empezado a ser objeto de lecturas diferentes entre aquellos que querían recuperar un pasado idealizado que consideraba como real y perdido. Me refiero al movimiento del druidismo cuya primera reunión en un monumento data de 1905, cuando, en agosto, unos 650 a 700 druidas celebraron entre las piedras su iniciación a la Orden Antigua (Ancient Order) (Stout 2005). Estas visitas alternativas a las puramente científicas o turísticas no fueron bien vistas por los arqueólogos profesionales, quienes trataron de combatirlas escribiendo, por ejemplo, sobre el origen puramente contemporáneo y no tradicional de determinados mitos asociados con el monumento (Kendrick 1927). En todo caso, no fueron los druidas los únicos interesados en el círculo megalítico, puesto que se ha cuantificado el número de visitantes anuales a Stonehenge en unos veinte mil en los años posteriores a la Primera Guerra Mundial (Chippindale *et al.* 1990: 253).

A partir de 1910 y 1920 se une la idea de la conservación y visita de lugares naturales y de sitios arqueológicos, ya que la protección de los primeros normalmente conlleva la de los yacimientos arqueológicos en ellos insertos. Así vemos que

en 1916 se crea el Servicio de Parques Nacionales de Estados Unidos y en 1921 se emplea al primer arqueólogo para trabajar en el Parque Nacional de Mesa Verde (McManamon 2007). También en España uno de los geólogos-prehistoriadores más afamados del momento, Eduardo Hernández-Pacheco, fue el personaje clave en la creación de los Parques Nacionales (Moreno Garrido 2007). No son, por tanto, dos movimientos aislados y, como veremos luego, su relación continúa todavía hoy.

El impacto del turismo cultural y arqueológico sigue creciendo y extendiéndose geográficamente, como nos muestran los ejemplos que detallo a continuación. Por una parte, cuando la iniciativa estatal no es posible, las compañías privadas intentan facilitar el acceso del turista al sitio –es éste el caso de Petra, en cuya área cercana, a principios de los años veinte, la compañía Thomas Cook construyó el primer hotel para los turistas que iban a visitar el yacimiento (Hussein Mustafa y Tayeh 2011: 89). Nuestro segundo ejemplo, ahora localizado en Perú, nos muestra que el turismo no sólo ayuda a la protección de yacimientos sino también a su destrucción, puesto que las guías turísticas publicadas en este país fomentan el comercio de antigüedades al explicar dónde y cómo adquirirlas (Gänger 2010: 47). Para intentar paliar este problema mediante la creación de un mercado de copias del que el turista se pueda nutrir, surgen iniciativas como la del Museo de Nuevo México, donde a principios de siglo XX se intentó enseñar a los artistas Pueblo a copiar para el mercado turístico los diseños que decoraban la cerámica encontrada por los arqueólogos de época precolonial (Evans-Pritchard 1993: 21).

Al papel que en el siglo XIX tuvo el ferrocarril en el auge del turismo hay que añadir la aparición del automóvil. El primero en comercializarse fue el modelo T de Henry Ford en 1908, en Estados Unidos. De su inmediato éxito es testigo el que en 1920 ya se contaba en aquél país con una red de carreteras (Goeldner y Brent Ritchie 2012: 41). El transporte aéreo aún tuvo que esperar, puesto que el primer vuelo regular fue la línea Berlín, Leipzig y Weimar inaugurada en 1903, y fue hasta 1927 cuando empezaron las rutas intercontinentales con un primer viaje sin escalas entre Nueva York y Alemania (Goeldner y Brent Ritchie 2012: 42). En todo caso, fue sólo después de los avances de la aviación durante la Segunda Guerra Mundial cuando este medio de transporte volvió a suponer una revolución para el turismo.

No quiero terminar este apartado sin hacer alusión al uso de la arqueología a través del turismo como forma de la propaganda política de tipo totalitario en las décadas de 1920 y 1930. Así, en países como Italia, ciudades enteras que eran visitadas por turistas se planificaron siguiendo modelos basados teóricamente en la antigua Roma, pero ideológicamente conectados con el fascismo (Kostof

1978; Laurence 1999; Stone 1999). Igualmente podríamos hablar del gran éxito obtenido en la organización de exposiciones con material arqueológico en las que se expresa las raíces milenarias de los régimes dictatoriales (Gob 2007; Gomes 2010; Silverio 1983).

ARQUEOLOGÍA Y TURISMO DE MASAS

A partir de los años setenta del siglo XX el turismo pasa de ser una actividad de ocio de una parte de la sociedad a un fenómeno de masas, lo que lleva a un enorme crecimiento del sector. Esta explosión convierte al turismo en la primera fuente de ingresos de la economía de un número cada vez mayor de países, lo que significa que su impacto social crece de forma considerable. Hoy en día los viajes y el turismo representan un 9.2 % del PIB mundial, 4.8 % de las exportaciones mundiales y 9.2 % de las inversiones económicas (*Travel and Tourism Competitiveness Report for 2011*, en Comer 2012: 15). Es decir, el turismo se ha convertido en *big business*. Por otra parte, el final de la Guerra Fría ha hecho que la lógica capitalista se haya extendido también al campo cultural, al que se le ha asignado un valor económico (Comaroff y Comaroff 2011). El papel patriótico y educativo del turismo cultural todavía continúa (sobre todo en zonas en las que existen tensiones nacionalistas), pero ahora se impone progresivamente la idea de los beneficios económicos por obtener. Sin ellos, la cultura pasa a ser considerada como un gasto superfluo, un lujo elitista que no debe ser financiado con dinero de los contribuyentes. Esto, por supuesto, ha cambiado radicalmente la forma de gestionar el turismo arqueológico: han aparecido nuevos tipos de acercamiento del público al pasado y se ha producido una transformación en los valores de la autenticidad. El pasado se ha mercantilizado [*commodified*].

Comencemos insistiendo en la cuestión de números. Desde los años cincuenta, la cantidad de llegadas de turistas internacionales ha crecido a nivel mundial de 25 millones a más de mil millones en 2013, lo que significa un incremento de 4 000 %. A esto, claro, habría que añadir el acrecentamiento del número de turistas domésticos en cada país, que también se ha engrosado considerablemente. El aumento de turistas ha afectado todos los subtipos de turismo y entre ellos el arqueológico y se pueden citar múltiples ejemplos de estos: Stonehenge ha pasado de los 20 000 visitantes anuales en los años veinte a los 900 000 de hoy (www.english-heritage.org.uk). En otros lugares del mundo como como Tailandia, tras el desastroso periodo del Khmer Rouge (1975-79), el antiguo templo de Angkor Wat se ha convertido en una de las principales atracciones arqueológicas a nivel mundial,

con un crecimiento turístico exponencial, puesto que si en 2002 el número de turistas era de 212 690 (Stark y Griffin 2004: 122), hoy en día ya supera el millón.

Aunque el crecimiento se haya acelerado en estos últimos años, ya en la década de 1970 se percibía como fuerte la tendencia al alza y esto llevó a la creación de una institución internacional para regularlo que tuvo influencia en el patrimonio arqueológico: la Organización Mundial del Turismo o World Tourism Organization (WTO), un organismo creado en 1974, pero con raíces en otras organizaciones en funcionamiento desde los años veinte. Además del WTO es necesario citar la firma, en 1972, de la convención referente a la protección del patrimonio cultural y natural mundial de la UNESCO (la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), una organización creada en 1946. Al parecer, la idea de la convención se originó en Estados Unidos como herencia del Patrimonio de la Humanidad hacia finales de los sesenta, y así la expresaba el presidente Nixon en su mensaje al congreso en 1971:

Sería conveniente que para 1972 las naciones del mundo se pusieran de acuerdo en el principio de que hay ciertas áreas en el mundo de tal valor único que deberían ser tratadas como parte del patrimonio de toda la humanidad y ser reconocidas como Patrimonio Mundial Hereditario. Tal disposición no impondría limitaciones a la soberanía de las naciones que eligieran participar, pero supondría un reconocimiento internacional especial a las áreas que se consideraran aptas y se pondrían a su disposición ayuda técnica y de otro tipo donde fuera adecuado para ayudar a su protección y gestión (en Comer 2012: 13).

Este discurso dio lugar a la formación de un grupo de trabajo del Servicio de Parques Nacionales de Estados Unidos el cual se envió a la UNESCO para organizar lo que sería Patrimonio Mundial. A pesar de su origen, la mayoría de los sitios incluidos en los cuarenta años de existencia de la lista de la UNESCO son de tipo cultural y no natural o mixto (Elliott y Schmutz 2012: 268). La mayor proporción de los sitios de la lista, casi 50 %, están localizados en Europa y Norteamérica, siguiéndole muy por detrás Asia, con 21 %, Latinoamérica con 14 % y otros lugares del mundo con menos aún. Estas disparidades reflejan la balanza del poder dentro de los organismos internacionales (Elliott y Schmutz 2012: 270-1). En todo caso, el turismo también en estas áreas peor tratadas está experimentando un auge no conocido anteriormente (ver Kemper 2001, para el caso de Mesoamérica).

Con todo, el turismo arqueológico se ha extendido desde los años setenta 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 o se han considerado como candidato para la lista de las Siete Maravillas del Mundo (un nuevo producto turístico del

año 2007). Éste es, por ejemplo, el caso de Cancún en México. Al cerrarse el acceso turístico a Cuba, por razones políticas, se decidió potenciar esta zona caribeña, planificando para el turismo una zona poco habitada. Al éxito de la empresa ayudó el hundimiento de la moneda mexicana en los ochenta, lo que conllevó un abaratamiento notorio de los precios y lo variado de la oferta turística, que combina sol y playa con los parajes naturales y los sitios arqueológicos mayas de fama, como Chichén Itzá o Tulum (Castañeda 2009: 264, cuadro I). El éxito ha sido rotundo, como lo ejemplifican los 13 millones de personas que visitaron Cancún en 2011, de los cuales 1.4 millones se acercaron a Chichén Itzá (Alonso 2012), mientras que para el yacimiento arqueológico de Tulum se calculaban ocho mil turistas diarios en 2012. El caso de Tailandia ya lo hemos comentado más arriba, pero queda por decir que la inclusión de Angkor Wat en la lista de Patrimonio Mundial en 1992 sin duda ha influido en el éxito de visitas al sitio. En Petra, el número de visitantes ha crecido de unos pocos miles en los años setenta a casi un millón hoy en día (Comer 2012: 5). Un último ejemplo es el de la Isla de Pascua cuya atracción principal son las enormes estatuas moai, una isla con apenas 4 000 habitantes que recibió 52 000 turistas en 2007 lo que suponía ya un veinte por ciento más que el año anterior y casi multiplicar por diez los visitantes de los años noventa (Weissert 2008). Tanto Angkor Wat como la Isla de Pascua fueron finalistas en la competición que duró entre el año 2000 y el 2007 para elegir las Siete Maravillas del Mundo y entre las cuales se incluyeron Petra y Chichén Itzá.

Este crecimiento exponencial del turismo está poniendo en evidente peligro al patrimonio. Ya se ha comentado anteriormente en este trabajo la relación entre el turismo y el comercio de antigüedades, aunque es necesario reconocer que tal conexión es menos evidente hoy en día. A pesar de que la venta de éstas todavía se realizaba en países como Costa Rica en los sesenta (Evans-Pritchard 1993: 20), ya en ese momento esta práctica se había convertido en ilegal prácticamente en todo el mundo. El tráfico ilegal, sin embargo, ha llevado al saqueo de un gran número de yacimientos en todo el mundo: Tailandia, Belice, Perú, Nepal y Nigeria son los citados por Evans-Pritchard, pero hoy en día sería raro encontrar un país que no pudiera incluirse en esta lista. Para intentar luchar contra este comercio ilegal se produjeron ya a finales de los sesenta y principios de los setenta iniciativas como la emprendida en Cuernavaca, México, para incrementar el valor de las reproducciones convirtiéndolas en objetos de arte por sí mismos; para ello se organizó una exposición en esta ciudad con copias de hachas olmecas producidas para la ocasión (Evans-Pritchard 1993: 21). Ahora bien, el trabajo en la industria del *souvenir* es un arma de doble filo puesto que trastoca profundamente el sistema económico que impera en las poblaciones cercanas a

los yacimientos arqueológicos, que pasan de ser campesinas a obreras, dedicadas a producir y vender recuerdos y reproducciones. Este fenómeno se da en lugares tan alejados entre sí como México, en el área adyacente a Chichén Itzá (Castañeda 2009: 265), y Jordania, alrededor de Petra (Hussein Mustafa y Tayeh 2011: 89).

El pasado, sin embargo, también está sirviendo para empoderar a poblaciones generalmente de muy escasos recursos económicos y especialmente a las indígenas. Algunos ven esto incluso en relación con la copia de motivos antiguos para la comercialización de recuerdos turísticos que acabamos de comentar arriba. Así, según Leonardo Páez (2008), para la gente del lugar ésta es la forma de valorar el patrimonio arqueológico que tienen en su área y protegerlo. Pero el uso del pasado para el reforzamiento de la propia identidad tiene muchas ramificaciones y creo importante detenerme en cómo han cambiado las relaciones entre la arqueología y las poblaciones autóctonas, y por tanto también entre estas dos y el turismo. El surgimiento del movimiento indígena en la década de los sesenta en países angloparlantes, como Estados Unidos, Canadá, Nueva Zelanda y Australia, y en estos años en otros lugares del mundo, como Latinoamérica (Díaz-Andreu 2013), ha llevado a cambios en la legislación con respecto a los derechos de los indígenas sobre los restos localizados en sus tierras ancestrales y/o producidos por sus antepasados. Esto ha afectado en muchos aspectos y uno de ellos es el contenido de los museos, uno de los lugares de peregrinación del turismo cultural. Se calcula que en Estados Unidos la ley NAGPRA (Native American Graves Protection and Repatriation Act) de 1990 ha hecho que un millón y medio de objetos hayan retorna do a las comunidades nativas, la mitad para ser enterrados o expuestos de manera que se permita su pérdida natural (Lowenthal 1998: 29). Las nuevas legislaciones también han limitado los derechos de arqueólogos y turistas a los yacimientos arqueológicos o incluso al uso de iconografía antigua. Así, en relación con este último punto en Canadá, la Primera Nación de Snuneymuxw de Gabriola Island (Nanaimo) ha impedido legalmente la explotación comercial del arte rupestre de su isla (Brown 2003; Heyd 2007: 193). Para el turismo, los monumentos han pasado de ser símbolos de la nación y medios por los que educar a los ciudadanos en la retórica nacional a activos económicos. Para los indígenas, sin embargo, los restos del pasado se han convertido en un medio para reivindicar su identidad y los derechos políticos asociados, aunque por otra parte el valor económico del turismo está también siendo considerado como forma de asegurar la supervivencia de las comunidades en un mundo globalizado.

CONCLUSIONES

En este trabajo se ha deshilvanado la genealogía histórica de la relación entre el turismo patrimonial y la arqueología. Como he apuntado páginas más arriba, la base de la conexión entre los dos es desde finales del siglo XVIII el nacionalismo, y antes el patriotismo, y aunque, sin haber desaparecido la importancia de la ideología política, en la actualidad desde el final de la Guerra Fría ambos se conjugan a través del mercantilismo. En este triángulo formado por nacionalismo, arqueología y turismo arqueológico, el vínculo entre los dos primeros elementos, nacionalismo y arqueología, ha sido objeto de múltiples análisis. No es éste el caso del primer y último elemento, la relación entre nacionalismo y turismo arqueológico y un análisis de los posibles encuentros entre ellos puede subdividirse en dos perspectivas: la primera se fija en el turista, examinando aspectos como el sentimiento nacionalista que le lleva a visitar unos sitios y no otros, con qué yacimientos se siente más identificado; la segunda perspectiva observa la relación entre turismo arqueológico y nacionalismo desde arriba, examinando si el poder público –el Estado o cualquiera de sus divisiones administrativas– se ve influido por el nacionalismo para gestionar el recurso arqueológico al ponerlo al servicio del turismo, seleccionando del pasado y subvencionando ciertos sitios o épocas más relacionados con la narrativa nacionalista.

Este artículo se ha centrado sobre todo en la segunda perspectiva, que es la más fácil de abordar, en la creación a lo largo del tiempo de instituciones que posibilitaron el acceso del turista a los restos y materiales del pasado. Todo el discurso se ha vertebrado en relación con los medios de transporte más empleados en determinados períodos, por la gran influencia que éstos tuvieron en facilitar la movilidad del turista. De los viajes de la Antigüedad en carro o a lomo de animales, al *Grand tour* dieciochesco, este trabajo ha llegado al momento en el que surge el turismo más cercano al que conocemos hoy en día, lo que ocurrió en el siglo XIX sobre todo en Europa y hasta cierto punto en América. El turismo de las clases medias en ferrocarril y barco de vapor que caracterizó esta época vio la aparición de las guías turísticas, el comienzo de una labor consciente de restauración de monumentos, la creación de comisiones de monumentos para gestionar el patrimonio arqueológico, la apertura de museos tanto en edificios como al aire libre, los cuales muestran piezas originales o incluso copias. El discurso del ocio se empezó a formar en esta centuria, pero sobre todo lo que se insistió para justificar las acciones que se estaban llevando a cabo en relación con el patrimonio es que eran necesarias para preservar el espíritu nacional y para educar al ciudadano. En estas ideas creía un amplio sector de las clases altas y medias que no solamente

actuaba individualmente visitando yacimientos o acudiendo a los museos (la primera perspectiva de la que hablaba en el párrafo anterior), sino también en grupo, organizándose en sociedades de todo tipo (excursionistas, fotográficas, arqueológicas, regionales, etc.) que realizaban viajes para visitar yacimientos arqueológicos. Desde mitad de siglo se organizaban exposiciones a lo grande en las que ya aparecía el elemento mercantilista y en las que ya se incluía la arqueología.

El medio de transporte que representa la siguiente época es el automóvil, desde principios del siglo XX hasta los años sesenta. Es entonces cuando vemos que la conexión entre turismo y arqueología comienza a oficializarse y estatalizarse, aunque todavía se combina con el discurso nacionalista y el papel educativo del pasado. Pero en la decisión sobre las subvenciones a excavaciones arqueológicas empieza a tener peso la potencialidad turística del sitio. Ahora se promueve también la protección de paisajes naturales, lo que no es incompatible con lo arqueológico, pues la organización de estos espacios también conlleva, en la mayoría de los casos, la necesidad de salvaguardar los restos antiguos en ellos localizados. La geografía turística crece –el número de países visitados se expande prácticamente a la totalidad del globo, aunque con grandes lagunas– y con ello también se eleva el peligro que corre el patrimonio, entre otras razones, por la comercialización de las antigüedades en lugares antes asilados y poco accesibles.

A partir de la década de 1960 se produce una revolución en el turismo: el transporte aéreo consigue convertirlo en un fenómeno de masas de manera que se multiplica el porcentaje de turistas en 4 000 %. Este espectacular aumento ha sido monitoreado por un organismo internacional regulador: la Organización Mundial del Turismo o World Tourism Organization (WTO), creado en 1974, aunque con raíces anteriores. A esta institución hay que sumar el enorme efecto que ha logrado la Convención Referente a la Protección del Patrimonio Cultural y Natural Mundial de la UNESCO de 1972 que dio lugar a la lista de Patrimonio Mundial. El impacto que ha tenido ésta es significativo, pues marca la transición del patrimonio de valor identitario a económico y mercantilista. Si bien la lista de Patrimonio Mundial se idea a principios de los setenta para proteger sitios de valor considerado como universal, su existencia les ha puesto en el punto de mira, enfocando la atención sobre ellos, y esto se ha traducido en una acudida masiva de turistas que pone en peligro el yacimiento mismo y desequilibra las relaciones sociales en el área. La inclusión de un sitio en la lista de patrimonio mundial de la UNESCO ha pasado a ser en la actualidad una propaganda supraestatal de la que se aprovechan las compañías turísticas. Por su valor económico, países como China están llevando una fuerte política de inclusión de nuevas candidaturas en la Lista de Patrimonio Mundial. La fórmula ha tenido tal éxito que recientemente

han surgido otras iniciativas, como la de las Siete Maravillas del Mundo –elaborada en 2007– que ha potenciado aún más este aumento turístico.

Los cambios económicos y sociales a los que el turismo está llevando a las poblaciones cercanas a los yacimientos arqueológicos son notables y se traducen en transformaciones, tanto negativas como positivas, de las comunidades que viven en el área próxima. En cuanto a las primeras, muchas comunidades han pasado de ser campesinas a estar integradas en la economía de mercado, ocupando así el eslabón más bajo de la industria turística. Éstas se ven obligadas a cambiar su actividad para producir y vender recuerdos y reproducciones con escaso margen económico, o a acomodar y dar de comer a los turistas en locales de bajo costo y ganancia, mientras que los márgenes económicamente cuantiosos quedan controlados por las grandes compañías, muchas veces en conjunción con el Estado. Por otra parte, sin embargo, el turismo también ha permitido el empoderamiento de muchas de las comunidades locales y, especialmente, de los grupos indígenas, muchas de cuyas reivindicaciones sobre su derecho a controlar su pasado –realizadas desde los años setenta en los países de habla inglesa y en la actualidad en muchos otros– han sido oídas, produciéndose cambios en las legislaciones de los diferentes estados con respecto a las comunidades indígenas y su injerencia en las decisiones sobre los restos arqueológicos encontrados en sus tierras ancestrales y/o producidos por sus antepasados. Si en un principio el control de la identidad se producía por razones ideológicas, en la actualidad a esto se le ha añadido –no podría ser de otra manera– el valor económico del turismo que está llevando a fenómenos novedosos, como una nueva ola de invención de la tradición (*cf.* Hobsbawm y Ranger 1983) con la recuperación de festividades ya abandonadas o la creación de otras inspiradas en un grado variable en las antiguas (ver, para el caso de Latinoamérica, Díaz-Andreu 2013).

El turismo arqueológico se ha convertido en un negocio y las reglas del mercantilismo han empezado a afectar profundamente a la arqueología –sólo vale aquello que crea valor económico. Esto no ha dejado a la profesión incólume, pues progresivamente se está viendo que las subvenciones favorecen ciertos tipos de arqueología, ciertos períodos y tipos de restos arqueológicos, como los monumentales, ya no necesariamente porque coincidan con el discurso nacional, sino porque tienen mayor éxito entre el público y atraen a mayor número de turistas. Esto está teniendo un efecto en el trabajo de campo, que ya no se ve como necesario (los resultados son demasiado técnicos para poder ser útiles y, por tanto, si se publican, es en literatura gris o menor), la investigación de los materiales y el contenido de los museos (que se están empezando a parecer a galerías de arte, bellos pero sin información, y en los que la tienda es uno de las salas más visitadas).

Es difícil predecir adónde llevará el camino trazado, pero querría terminar este texto sugiriendo que urge un examen profundo del papel socioeconómico de la arqueología en el mundo actual.

AGRADECIMIENTOS

Este artículo se enmarca dentro del proyecto “Una arqueología sin fronteras. Los contactos internacionales de la arqueología española en el siglo XX” subvencionado por el Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO), Plan Nacional I+D+i, HAR2012-334033/Hist. Escribí una primera versión de este trabajo para mi ponencia en la conferencia “Ocio y arqueología: hacia una historia del turismo arqueológico” organizada gracias a la subvención de Organització de Congressos i Jornades (OCJ) de la Facultat de Geografia i Història de la Universitat de Barcelona. He tenido la oportunidad de trabajar en este artículo durante mi estancia en febrero de 2013 en la Universidad de Cambridge como *Visiting Scholar* del MacDonald Institute y agradezco a los alumnos de la Universidad de Campinas (Brasil) sus comentarios a mi ponencia sobre este tema pronunciada en noviembre de 2013 durante mi estancia financiada por la FAPESP. Por último quiero agradecer a los dos evaluadores anónimos del artículo por todos sus acertados comentarios.

BIBLIOGRAFÍA

ALCINA FRANCH, JOSÉ

1995 *Arqueólogos o anticuarios*, Ediciones del Serbal, Barcelona.

ALONSO SCHWARZ, GERARDO

2012 [en línea] El turismo internacional y el “efecto maravilla”, *Revista Novedades Económicas*, 660, <http://www.iteral.org/images_db/noticias_archivos/2073-El%20Turismo%20Internacional%20y%20el%20efecto%20maravilla.pdf> [consulta: febrero de 2014].

ARCA, ANDREA

2013 [en línea] Mount Bego, XIX Century research history, *TRACCE Online Rock Art Bulletin*, 29 <<http://www.rupestre.net/tracce?p=6802>>.

BACHA, MYRIAM

- 2009 Tourisme et patrimoine dans la Tunisie précoloniale et coloniale: interactions et dépendances, Colette Zytnicki y Habib Kazdaghli (eds.), *Le tourisme dans l'empire français. Politiques, pratiques et imaginaires (XIXe-XXe siècles). Un outil de la domination coloniale?*, Société Française d'Histoire d'Outre-Mer, París: 155-163.

BALLART, JOSEP

- 2002 *El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*, Ariel, Barcelona.

BARANOWSKI, SHELLEY Y ELLEN FURLOUGH

- 2001 *Being elsewhere. Tourism, consumer culture and identity in Modern Europe and North America*, The University of Michigan Press, Ann Arbor.

BIGNAMINI, ILARIA

- 2004 *Archives and excavations: Essays on the history of archaeological excavations in Rome and Southern Italy from the Renaissance to the Nineteenth Century*, British School at Rome, Londres.

BILLIG, MICHAEL

- 1995 *Banal nationalism*, Sage, Londres.

BLACK, JEREMY

- 2003 *Italy and the Grand Tour*, Yale University Press, New Haven.

BOWDEN, MARK

- 1991 *Pitt Rivers: the life and archaeological work of Lieutenant-General Augustus Henry Lane Fox Pitt Rivers*, DCL, FRS, FSA, Cambridge University Press, Cambridge.

BROWN, MICHAEL F.

- 2003 *Who owns native culture?*, Harvard University Press, Cambridge.

CASTAÑEDA, QUETZIL

- 2009 Heritage and indigeneity: transformations in the politics of tourism, Michiel Baud y Annelou Ypeij (eds.), *Cultural tourism in Latin America. The politics of space and imagery*, Brill, Leiden: 263-295.

CAYGILL, MARJORIE

- 1992 *The story of the British Museum*, British Museum, Londres.

CHAMPION, TIMOTHY

- 1996 Protecting the monuments: archaeological legislation from the 1882 Act to PPG 16, Michael Hunter (ed.), *Preserving the past. The rise of Heritage Modern Britain*, Alan Sutton, Stroud: 38-56.
- CHIPPINDALE, CHRISTOPHER, PAUL DEVEREAUX, PETER FOWLER, RHYS JONES Y TIM SEBASTIAN
1990 *Who owns Stonehenge?*, Batsford, Londres.

COMAROFF, JEAN Y JOHN L. COMAROFF
2011 *Etnicidad S. A.*, Katz, Buenos Aires.

COMER, DOUGLAS

- 2012 Petra as a bellwether archaeological site on the World Heritage List, Douglas Comer (ed.), *Tourism and archaeological heritage management at Petra: driver to development or destruction?*, Springer, Nueva York: 3-29.

COOLEY, ALISON

- 2003 *Pompeii*, Duckworth (Duckworth Archaeological Histories), Londres.

CRISTOFANI, MAURO

- 1983 *La scoperta degli etruschi:archaeologia e antiquaria nel 700*, Consiglio Nazionale delle Ricerche, Roma.

DÍAZ-ANDREU, MARGARITA

- 2004 Mélida: génesis, pensamiento y obra de un maestro, José Ramón Mélida (ed.), *Arqueología española*: I-CXCIX, Urgoiti (Clásicos de la historiografía española), Pamplona.
- 2007 *A world history of Nineteenth-Century archaeology. Nationalism, colonialism and the past*, Oxford University Press, (Oxford Studies in the History of Archaeology), Oxford.
- 2013 Ethics and archaeological tourism in Latin America, *International Journal of Historical Archaeology*, 17 (2): 225-244.

DYSON, STEPHEN L.

- 1998 *Ancient marbles to American shores classical archaeology in the United States*, University of Pennsylvania Press, Filadelfia.

EDWARDS, ELIZABETH

- 2006 Photography, “Englishness” and collective memory: the National Photographic Record Association, 1897-1910, Annette Kuhn y Kirsten McAllister (eds.), *Locating memory: photographic acts*, Berghahn, Nueva York: 53-80.

- ELLIOTT, MICHAEL A. Y VAUGHN SCHMUTZ
 2012 World heritage: Constructing a universal cultural order, *Poetics*, 3: 256-277.
- ÉTIENNE, ROBERT (ED.)
 1992 *Pompeii: the day a city died*, Thames & Hudson, Londres.
- EVANS PRITCHARD, DEIRDRE
 1993 Ancient art in modern context, *Annals of Tourism Research*, 20: 9-31.
- FREIXA, CONSOL
 1994 España en las geografías británicas del siglo XVIII, *Estudios Geográficos*, 55: 59-79.
- GÄNGER, STEPHANIE
 2010 *The collecting and study of Pre-Hispanic remains in Peru and Chile, c. 1830s-1910s*, tesis, Darwin College, University of Cambridge.
- GENERA, MARGARIDA
 2008 El mundo del excursionismo en Catalunya y la arqueología: documentos inéditos, Gloria Mora, Concepción Papí y Mariano Ayarzagüena (eds.), *Documentos inéditos para la historia de la arqueología*, Sociedad Española de Historia de la Arqueología (Memorias, 1), Madrid: 67-84.
- GILES, MELANIE
 2006 Collecting the past, constructing identity: the antiquarian John Mortimer and the Driffield Museum of Antiquities and Geological Specimens, *Antiquaries Journal*, 86: 279-316.
- GOB, ANDRÉ
 2007 *Deutsche Grösse* (“Grandeur allemande”). Une exposition à la gloire de l’empire allemand en 1942 à Bruxelles, Jean Pierre Legendre, Laurent Olivier y Bernadette Schnitzler (eds.), *L’Archéologie Nazi à l’Ouest du Rhin /L’archéologie nationale-socialiste dans les pays occupés à l’ouest du Reich. Actes de la table ronde internationale “Blut und Boden”, tenue à Lyon (Rhône) dans le cadre du Xe congrès de la European Association of Archaeologists (EAA) le 8 et 9 septembre 2004*, Infolio, Gollion: 336-349.
- GOBIERNO DE CHILE
 2012 [en línea] Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable, Sección de Patrimonio Cultural, Consejo Nacional de la Cultura

y las Artes, Valparaíso, <<http://www.portalpatrimonio.cl/media/docs/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>> [consulta: 26 de febrero de 2014].

GOELDNER, CHARLES R. Y J. R. BRENT RITCHIE

- 2012 *Tourism. Principles, practices, philosophies*, John Wiley and Sons, Hoboken.

GOMES, SERGIO

- 2010 Nation, identity and ideology: Romanità and Portugalidade under Fascist dictatorships, Stephanie Koerner e Ian Russell (eds.), *Unquiet pasts. Risk society, lived cultural heritage, re-designing reflexivity*, Ashgate, Farnham:63-80.

GÓMEZ DÍAZ, ANA

- 2006 El jardín arqueológico de la necrópolis romana de Carmona (Sevilla), 1881-1930. Un proyecto pionero de acondicionamiento y gestión de un yacimiento arqueológico, Jean Paul Morel, Jordi Tresserras y Juan Carlos Matamala (eds.), *The archaeology of crop fields and gardens*, Edipuglia, Bari: 283-291.

GONZÁLEZ REYERO, SERGIO

- 2007 *La fotografía en la arqueología española (1860-1960). Cien años de discurso arqueológico a través de la imagen*, Real Academia de la Historia, (Antiquaria Hispánica, 15), Madrid.

GRAFF, REBECCA S.

- 2011a Being toured while digging tourism: excavating the familiar at Chicago's 1893 World's Columbian Exposition, *International Journal of Historical Archaeology*, 15 (2): 222-235.
2011b *The vanishing city: time, tourism, and the archaeology of event at Chicago's 1893 World's Columbian Exposition*, tesis, University of Chicago, Chicago.

HARLAN, DEBORAH

- 2009 Travel, pictures, and a Victorian gentleman in Greece, *Hesperia*, 78: 421-453.

HEYD, THOMAS

- 2007 Cross-cultural contact, etiquette and rock art, *Rock Art Research*, 24: 191-7.

HOBSBAWM, ERIC J. Y TERENCE RANGER (EDS.)

- 1983 *The invention of tradition*, Cambridge University Press, Cambridge.

HUSSEIN MUSTAFA, MARINA Y ABU TAYEH

- 2011 The impacts of tourism development on the archaeological site of Petra and local communities in surrounding villages, *Asian Social Science*, 7: 88-96.

KEMPER, ROBERT V.

- 2001 Tourism in Mesoamerica, David Carrasco (ed.), *The Oxford Encyclopedia of Mesoamerican Cultures*, vol. 3, Oxford University Press, Nueva York: 250-252.

KENDRICK, THOMAS DOWNING

- 1927 *The Druids: a study in Keltic prehistory*, Methuen, Londres.

KLYNNE, ALLAN

- 1998 Reconstructions of Knossos: artist's impressions, archaeological evidence and wishful thinking, *Journal of Mediterranean Archaeology*, 11: 206-29.

KOSTOF, SPIRO

- 1978 The emperor and the duce: the planning of the Piazzale Augusto Imperatore in Rome, Henry Armand Millon y Linda Nochlin (eds.), *Art and architecture in the service of politics*, The Massachusetts Institute of Technology, Cambridge: 270-325.

LAURENCE, RAY

- 1999 Tourism, town planning and *romanitas*: Rimini's Roman heritage, Maria Wyke y Michael Biddiss (eds.), *The uses and abuses of Antiquity*, European Academic Publishers, Berna: 167-186.

LEONG, WAI-TENG

- 1989 Culture and the State: manufacturing traditions for tourism, *Critical Studies in Mass Communication*, 6: 355-375.

LIEBERSOHN, HARRY

- 1998 *Aristocratic encounters: European travelers and North American Indians*, Cambridge University Press, Cambridge.

LÓPEZ TRUJILLO, MIGUEL ÁNGEL

- 2006 *Patrimonio. La lucha por los bienes culturales españoles (1500-1939)*, Trea, Gijón.

LOVATA, TROY R.

- 2011 Archaeology as built for the tourists: the Anasazi Cliff Dwellings of Manitou Springs, Colorado, *International Journal of Historical Archaeology*, 15 (2): 194-205.

LOWENTHAL, DAVID

- 1998 *The heritage crusade and the spoils of history*, Cambridge University Press, Cambridge.

MACKENZIE, JOHN M.

- 2005 Empires of travel: British guide books and cultural imperialism in the 19th and 20th Centuries, John K. Walton (ed.), *Histories of tourism: representation, identity and conflict*, Channel View Publications, Bristol: 19-38.

MCCEWAN, JANIS M.

- 2003 *Archaeology and ideology in Nineteenth Century Ireland: nationalism or neutrality* Archaeopress (British Archaeological Reports, 354), Londres.

MCMANAMON, FRANCIS P.

- 2007 [en línea] Jesse L. Nusbaum—First National Park Service archeologist, U. S. National Park Services <<http://www.nps.gov/archeology/sites/dcaPdfs/BriefBioJNusbaum.pdf>> [consulta: mayo de 2013].

MORA, GLORIA

- 1998 *Historias de mármol. La arqueología clásica española en el siglo XVIII. Anejos de Archivo Español de Arqueología XVIII*, Consejo Superior de Investigaciones Científicas-Polifemo, Madrid.

MORENO GARRIDO, ANA

- 2004 *Turismo y nación. La definición de la identidad nacional a través de los símbolos turísticos (España 1908-1929)*, tesis, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- 2007 *Historia del turismo en España en el siglo XX*, Síntesis, Madrid.

MÜLLER-SCHEESSEL, NILS

- 2001 Fair Prehistory: archaeological exhibits at French Expositions Universelles, *Antiquity*, 75: 391-401.

OBERMAIER, HUGO

- 1928 *Las cuevas de Altamira cerca de Santillana del Mar (Santander)*, Patronato Nacional de Turismo, Madrid.

OULEBSIR, NABILA

- 2004 *Les usages du patrimoine: monuments, musées et politique coloniale en Algérie (1830-1930)*, Fondation de la Maison des Sciences de l'Homme, París.

ÖZDOGAN, MEHMET Y ZEYNEP ERES

- 2012 Protection and presentation of prehistoric sites: a historic survey from Turkey, *Origini*, XXXIV: 467-484.

PÁEZ, LEONARDO

- 2008 [en línea] La creación artesanal y la difusión del patrimonio: experiencias de un artesano investigador, Rupestreweb, <<http://www.rupestreweb.info/artesanal.html>> [consulta: febrero de 2014].

PARSLOW, CHRISTOPHER CHARLES

- 1995 *Rediscovering antiquity. Karl Weber and the excavation of Herculaneum, Pompeii, and Stabiae*, Cambridge University Press, Cambridge.

PÉREZ JUEZ, AMALIA

- 2006 *Gestión del patrimonio arqueológico: el yacimiento como recurso turístico*, Akal, Madrid.

RICHARDS, JULIAN

- 2005 *Stonehenge: a history in photographs*, Barnes and Noble, Nueva York.

ROBINSON, MIKE Y DAVID PICARD (EDS.)

- 2009 *The framed world. Tourism, tourists and photography*, Ashgate, (New Directions in Tourism Analysis), Farnham.

ROIGÉ, XAVIER

- 2007 Ecomuseos, museos de civilización y museos de sociedad, I. Arrieta Urtizberea (ed.), *Patrimonios culturales y museos: más allá de la historia y del arte*, Universidad del País Vasco, Vizcaya: 19-44.

SCHNAPP, ALAIN

- 1996 French archaeology: between national identity and cultural identity, Margarita Díaz-Andreu y Timothy Champion (eds.), *Archaeology and nationalism in Europe*, University College London Press, Londres, 48-67.

SELWYN, TOM

- 1996 *The tourist image: myths and myth in making tourism*, John Wiley, Chichester.

SILVERIO, ANNA MARIA LIBERATI

- 1983 La Mostra Augustea della Romanità, *Dalla mostra al museo: dalla mostra archeologica del 1911 al museo della civiltà romana*, Marsilio, Venecia: 77-90.

SOFIELD, TREVOR Y SARAH LI FUNG MEI

- 1998 Tourism development and cultural policies in China, *Annals of Tourism Research*, 25: 362-392.

SOUGEZ, MARIE-LOUP, GERARDO KURTZ, JUSTO NAVARRO Y JAVIER PIÑAR

- 2002 *Imágenes en el tiempo. Un siglo de fotografía en La Alhambra. 1840-1940*, Ayuntamiento de Madrid-Junta de Andalucía, Madrid-Sevilla.

STARK, MIRIAM T. Y P. BION GRIFFIN

- 2004 Archaeological research and cultural heritage management in Cambodia's Mekong delta: the search for the "Cradle of Khmer Civilization", Yorke Rowan y Uzi Baram (eds.), *Marketing heritage: archaeology and the consumption of the past*, Altamira, Walnut Creek: 117-142.

STONE, MARLA

- 1999 A flexible Rome: Fascism and the cult of *romanità*, C. Edwards (ed.), *Roman presences. Perceptions of Rome in European culture, 1789-1945*, Cambridge University Press, Cambridge: 205-220.

STOUT, ADAM

- 2005 [en línea] Universal majesty, verity and love infinite. A life of George Watson Macgregor Reid, *The fifth Mt Haemus Award Lecture*, <<http://www.druidry.org/events-projects/mount-haemus-award/fifth-mount-haemus-lecture>> [consulta: febrero de 2014].

TOWNER, JOHN

- 1985 The Grand Tour: a key phase in the history of tourism, *Annals of Tourism Research*, 12: 297-333.

TRIFILO, SAMUEL

- 1959 *La Argentina vista por viajeros ingleses: 1810-1860*, Gure, Buenos Aires.

VILLALOBOS ACOSTA, CÉSAR

- 2011 *Archaeology in circulation. Nationalism and tourism in post-revolutionary Mexican coins, notes, stamp and guidebooks*, tesis, Durham University, Durham.

WEISSERT, WILL

- 2008 [en línea] Tourists causing headaches for Easter Island. Some worry record number of visitors will take a toll on famous statues, *BBC News*, <<http://www.nbcnews.com/id/25379395/ns/travel-news/t/tourists-causing-headaches-easter-island/>>, [consulta: febrero de 2014].