

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

## ARQUEOLOGÍA MEXICANA EN GUÍAS DE TURISTAS: EDUCACIÓN Y PASATIEMPO

*César Villalobos Acosta*

Universidad Nacional Autónoma de México, Posgrado en Antropología

*Resumen:* Las guías de turistas han sido criticadas por su aparente simplicidad, centrarse en lo típico, exótico y recrearse en estereotipos. Sin embargo, además de ser un medio para promover el turismo, las guías son productos culturales con una carga ideológica concreta y una forma de crear narrativas particulares. En el caso de estudio que aquí se presenta, se argumentará que a partir de la instauración del INAH, a finales de la década de 1930, el turismo arqueológico se fomentó con una orientación educativa principalmente para una audiencia doméstica. El turismo educativo ha sido una característica esencial de la política oficial mexicana y sigue vigente en la actualidad. Por otro lado, a partir de 1970 el incremento en la movilidad y las nuevas formas de entretenimiento propiciaron que la visita a sitios arqueológicos también fuese ofrecida como pasatiempo, convirtiéndose paulatinamente en una fuente de captación de divisas internacionales. La idea central de este artículo es demostrar que una guía no es un producto cultural aislado, ingenuo o simple, sino el reflejo de los contextos políticos, ideológicos y económicos. Se propone que las guías, más que ser instrucciones para el turista, pueden ser vistas también como una forma de reproducir y mantener diversas narrativas sobre el pasado.

*Palabras clave:* INAH; turismo; comercialización.

### MEXICAN ARCHAEOLOGY IN TOUR GUIDES: HOBBY AND EDUCATION

*Abstract:* Guidebooks have been criticized for their apparent simplicity, for focusing on the typical and exotic, and for reproducing stereotypes. But besides being a means to promote tourism, guidebooks are cultural products within a specific ideology and a means to create particular narratives. In this paper, we argue that since the establishment of the INAH, in the late 1930s, archaeological tourism has been promoted from an educational perspective mainly for a domestic audience. Educational tourism has been an essential feature of the Mexican government policy and remains so today. Furthermore, since 1970, the increase in mobility and new forms of entertainment led to archaeological sites be offered as a hobby; archaeological tourism nowadays is a source of foreign currency. The central idea of this paper is to demonstrate that a guidebook is not an isolated, naive or simple cultural product, but a reflection of the political, ideological and economic contexts. It is therefore proposed that rather than being only a tourist's instructions, they might also be considered as a way to reproduce and maintain diverse narratives about the past.

*Keywords:* INAH; tourism; commoditization.

## INTRODUCCIÓN

Las guías de turistas son popularmente criticadas por ser simples y fáciles, *naive* en una palabra. Es cierto que tienen múltiples puntos ciegos, callan y evitan cuestiones elementales en la búsqueda de lo pintoresco, lo exótico, lo fácil o lo fugaz. Roland Barthes menciona que en las *Blue Guides* (publicadas en Inglaterra ininterrumpidamente desde 1918) la vida humana desaparece por el exclusivo beneficio de sus monumentos y más que inducir el viaje, reproduce la mitología moderna anclada en el idilio del placer burgués. En éstas, los estereotipos enmascaran las condiciones reales de la vida humana en beneficio de una novela ficticia en la que los monumentos son protagonistas reales (Barthes 1972: 74). Barthes menciona tajantemente lo que ha sido una de las críticas perennes a las guías: suprimen la realidad de las tierras de los hombres, no testimonian nada del presente, los monumentos se vuelven indescifrables y estúpidos, en pocas palabras, la guía es un instrumento de ocultamiento que autentifica la mitología burguesa.

Las guías, como parte esencial del turismo, además de perpetuar la mitología moderna, han creado una nueva clase social humana: la ociosa (MacCannell 2003). Ésta, más que una condición permanente, es un estado efímero. La clase ociosa turista entraña desplazamiento, distanciamiento y exotismo (presente y pasado), las guías son en gran medida la forma de reproducir y mantenerla. El fomento desmedido del turismo como un paraíso efímero, burgués y ocioso, construye una visión negativa de la cotidianidad, en la que un individuo en su vida diaria se conceptualiza como un ser monótono, aburrido, postrado mecánicamente ante la repetición de lo mismo. El individuo aguarda el momento adecuado para ser trasladado al paraíso efímero de la ociosidad recreativa, por medio del turismo. Y ese paraíso ideal empieza, en gran medida, con la elección de alguna guía que ayude en la concepción y planificación del paraíso vacacional.

En su sentido más lineal, la idea esencial y popular de una guía es transmitir un conocimiento pragmático, inmediato, libre de política o de diferencias de opinión que desvíen al lector de su objetivo primigenio. En la premura del viaje, lo que un turista necesita son respuestas directas, sin ambigüedades, que en la lógica del consumismo moderno le ayuden a maximizar tanto tiempo como dinero, así como centuplicar el éxito, físico y simbólico de la condición de turista.

Un aspecto esencial de la guía es que indica qué debe ser visto y omite y distingue lo que podría ser observado pero que suele ser irrelevante. Una guía es también el resultado de una cadena de interacciones que van de lo local a lo global. Lo que aparece como excepcional es también porque en los contextos locales se crea como el objeto que debe ser observado. Es un juego dinámico que

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/1157176>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/1157176>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)