

Rice, Mark. *Making Machu Picchu. The Politics of Tourism in Twentieth-Century Peru*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2018, 252 pp., ilust.

En este interesante libro, Mark Rice rastrea el proceso mediante el cual Machu Picchu se tornó un destino turístico atractivo a nivel global y un símbolo de fulgor nacional y regional para los peruanos y cuzqueños respectivamente. La compleja trayectoria de los significados sociales del sitio arqueológico sin duda sorprenderá a los lectores peruanos que asuman sin más que los compatriotas del pasado compartían su indiscutible entusiasmo y orgullo por el lugar. Como demuestra Rice, ya desde antes de la llegada de Hiram Bingham y de su «descubrimiento» de Machu Picchu, el Cuzco cargaba con el estigma de que en la época (y aun durante buena parte del siglo veinte) se atribuía a todo aquello que tuviese impronta indígena. Una de las contribuciones más significativas del libro justamente reside en la detenida pesquisa de distintos intentos por *comodificar* dicha impronta a través de la representación de Machu Picchu como un destino turístico «moderno» y llamativo para élites del primer mundo, prestas al consumo de experiencias «auténticas». Por otro lado, quizás el aporte más importante de Rice emana del análisis de los vínculos transnacionales en ese proceso. El autor subraya este aspecto y su relevancia para la consagración de Machu Picchu como una fuente de efervescencia colectiva nacional en cada uno de los capítulos del libro.

El primer capítulo —enfocado en las primeras décadas del siglo veinte— describe las alianzas que intelectuales y políticos cuzqueños establecieron con actores foráneos para utilizar el turismo en sus intentos de recrear la identidad regional y de cambiar las percepciones sociales peyorativas de las élites costeñas. Detrás de varias de las estrategias más notorias estuvo Albert Giesecke, un educador estadounidense nombrado rector de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cuzco, quien, según Rice, tuvo un rol capital tanto en la implementación de medidas

que favorecieron el florecimiento de intelectuales indigenistas como en la coordinación de los viajes de Hiram Bingham. El capítulo también relata —aunque de forma escueta— las aventuras y desventuras de Bingham: desde las expediciones cuyas imágenes y relatos poblaron las páginas del *New York Times* y *National Geographic*, hasta aquellas que causaron controversia por la exportación ilegal y desmedida de artefactos arqueológicos.

Bingham no volvería a Perú sino hasta treinta años después, en 1948, como parte de una serie de iniciativas de cooperación multilateral enmarcadas en la política del buen vecino. Dichas iniciativas constituyen el contenido del segundo capítulo. Durante esos años, se puso mayor énfasis en la promoción del turismo internacional como actividad económica. Según Rice, el retorno de Bingham se da en ese contexto con el expreso fin de atraer audiencias extranjeras. Es recién entonces que se consolida su imagen como supuesto «descubridor» de la ciudadela de piedra. Lamentablemente, la promoción del sitio arqueológico vino acompañada por un desdén categórico hacia la situación actual y las demandas de la población indígena de la región.

En el tercer capítulo, Rice examina la reacción ante el desastre ocasionado por el terremoto de 1950. Pese a que no causó mayor daño a las ruinas, el sismo sí afectó severamente buena parte del casco urbano del Cuzco, y ello dio lugar a un intenso debate entre quienes proponían refaccionar la ciudad entera con un estilo «moderno» y los arqueólogos y preservacionistas que planteaban que cualquier iniciativa que no buscara restaurar la identidad original de la ciudad sería apócrifa. La falta de apoyo institucional para la restauración de la ciudad empujó a figuras locales como Luis E. Valcárcel a buscar apoyo en instancias transnacionales como UNESCO.

La UNESCO tiene también un rol importante en el cuarto capítulo. Pese a la retórica nacionalista del general Juan Velasco, el gobierno militar forjó una alianza que dio lugar al Plan Turístico y Cultural Perú-UNESCO (COPESCO). Este plan no buscaba solo la promoción del Cuzco y Machu Picchu como destinos culturales, sino que también planteaba la oportunidad de utilizar al turismo como una herramienta

de cambio social y económico. Si bien la industria turística creció notablemente en esos años, el gobierno militar enfrentó complicados retos. Por un lado, Machu Picchu se convirtió en un destino popular para una audiencia inesperada: jóvenes hippies sedientos de experiencias «místicas» y «sagradas». Rice describe las reiteradas quejas de ciudadanos locales sobre los hippies (por ejemplo, el uso de drogas y, en particular, los ocasionales desnudos en las ruinas) y la preocupación de las autoridades, cuyos planes estaban más bien orientados a visitantes acomodados. Esta es una de las contradicciones que Rice explora agudamente en el capítulo. Otra de estas paradojas yace en el fracaso de la industria turística para redistribuir riqueza. El turismo, a pesar de su crecimiento, no solo constituía un porcentaje marginal de la fuerza laboral de la región, sino que además aportó poco al desarrollo de capacidades a nivel local.

El último capítulo se ocupa del turismo durante los años del conflicto armado interno y de la instauración posterior del aparato y la lógica institucional neoliberales en la promoción de esta actividad. A pesar de la violencia de los años ochenta, el terrorismo encontró un pequeño nicho de mochileros aventureros, pero los ataques continuos y el tumulto de la década ciertamente diezmaron la industria turística. Durante el fuji-morato, nos dice Rice, el Estado adquirió un nuevo rol: el de promotor del Cuzco ante inversionistas privados. Se privatizaron los hoteles estatales, la compañía de ferrocarril que llevaba a Machu Picchu y otras organizaciones clave. Rice arguye que es en este periodo que el turismo en el Cuzco adquiere suficiente volumen como para evocar la atención de compañías transnacionales —Belmond, por ejemplo, hoy maneja restaurantes y hoteles de lujo, e incluso 50 % del tren a Machu Picchu—.

Rice termina este capítulo con una reflexión que continúa en el epílogo sobre la capacidad del turismo para generar desarrollo regional. El autor sugiere que los medios suelen sobreestimar ampliamente el impacto socioeconómico del turismo, y apunta con acierto que los aspectos más lucrativos de la actividad turística se encuentran en manos de compañías internacionales como Belmond.

Making Machu Picchu se suma al creciente número de libros recientes sobre el icónico sitio arqueológico, desde *Cradle of Gold* de Christopher

Heaney (Palgrave, 2011) y *El Último Secreto de Machu Picchu* de Sergio Vilela y José Carlos de la Puente (El Comercio, 2011), hasta *Framing a Lost City* de Amy Cox Hall (University of Texas Press, 2017; versión en español del IEP, 2020). De dicho grupo, el aporte de Rice es particularmente significativo por múltiples motivos. A través del examen de la consagración de Machu Picchu y del turismo como fuentes cruciales de un sentido de nación, el autor nos invita a revisitarse contribuciones teóricas clásicas y contemporáneas sobre nacionalismo, y nos ofrece un enfoque novedoso que contempla una suerte de dialéctica relacional entre las escalas local, nacional y transnacional en la construcción simbólica de objetos, prácticas y lugares como motivos de efervescencia nacional. En ese sentido, el libro no será solo del interés de historiadores, sino también de otros científicos sociales en Perú y Latinoamérica interesados en las valencias sociales del patrimonio material y en su papel en la constitución de identidades colectivas (grupales, regionales, nacionales).

El libro de Rice también es lectura obligatoria para el público general en virtud de que invita a repensar críticamente la capacidad de la industria turística para promover desarrollo socioeconómico local y nacional. Este es un punto de esencial debate en vista de la iniciativa de construcción del aeropuerto de Chincheros. Rice nos empuja a cuestionar el discurso según el cual mayor volumen turístico generará inexorablemente un crecimiento económico que alcanzará a los ciudadanos de los estratos socioeconómicos menos favorecidos en la región.

Nino Bariola
The University of Texas at Austin