

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

Jesús J. Llerena Durand¹

Este libro permite reevaluar la historia del espacio turístico por antonomasia del Perú, así como los cambios, acciones y reacciones que suscitó la expansión de la industria del turismo durante el siglo XX en el país, teniendo como centro el recinto arquitectónico prehispánico más icónico en el mundo. Deslindando con la idea de un Machu Picchu naturalmente destinado a ser prominente, *Making Machu Picchu* se propone navegar por entre el mar de múltiples –y muchas veces conflictivos– intereses y acciones que confluyeron en estas *ruinas*, desde inicios del siglo XX.

Gracias a la ligera pluma de Mark Rice, profesor en las áreas de historia global, del turismo y de América Latina en la City University de Nueva York, el lector puede conocer cuál fue el devenir de la *ciudad imperial* desde el inicio del siglo XX hasta el centenario de la llegada de Hiram Bingham (2011) a la ciudadela inca, sin mayores inconvenientes. Gracias al constante diálogo entre los contextos regionales, nacionales y transnacionales, Rice puede mostrar lo complejo que fue el fenómeno turístico en el Cuzco a través de aquellos que se interesaron en Machu Picchu. Más allá del número de instituciones, personas y colectividades nombradas en los más de cien años cubiertos, el autor no incurre en el vicio de la erudición, sofocando innecesariamente al lector.

Es particularmente destacable la aproximación transnacional y regional que se aprecia en este libro. Para no caer en la explicación mecánica propia de las lecturas dependentistas, al reflexionar sobre las relaciones entre las élites cuzqueñas y la industria cultural norteamericana, se auxilia el autor en el uso de la categoría “zona de contacto” de Marie Louise Pratt (2010). Esto le permite presentar las relaciones entre ambos de manera más dinámica, sin obviar la asimetría de las mismas. Recurre Rice a una variación regional de la categoría prattiana para abordar la particular relación entre el Cuzco y Lima, la vieja capital incaica y el centro del poder del Perú republicano. Lo hace, sin embargo, de una manera no monolítica, reflejando la porosidad de los grupos

¹ Bachiller en Historia. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú
Correo electrónico: llerenadurand@gmail.com

Recibido: 5/08/2020. Aprobado: 28/08/2020. En línea: 29/12/2020.

Citar como: Llerena J. (2019). Mark Rice, *Making Machu Picchu: the Politics of Tourism in Twentieth-Century Peru*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2018; 252 p. *Rev Arch Gen Nac.* 34(2), 143-145. doi: <https://doi.org/10.37840/ragn.v34i2.100>

y las alianzas, con intelectuales limeños apoyando o cuestionando iniciativas cuzqueñas –y viceversa–, presentando de forma activa las relaciones entre sus protagonistas. El regionalismo se presenta, así, como una aproximación al tema, no una explicación que agota el debate.

En esta obra se ve una gran actividad de revistas y diarios, siendo los cuzqueños los más activos para expresar las diversas posiciones y generar consenso bajo sus términos. No se le escapan formas más sutiles e implícitas, pero igual o más efectivas para favorecer el turismo según la mirada cuzqueña: el *lobby* de diputados de la región en la capital y votos para candidatos pro-turismo en las urnas. No obstante, sobresalen las relaciones que Rice expone entre entidades internacionales o agencias supra gubernamentales como UNESCO o PNUD y las elites cuzqueñas, llamadas por estos últimos para apoyarlos contra la desidia u oposición de sectores hostiles dentro del gobierno central. De ahí que este texto no se pliegue a corrientes predominantes en las que los sujetos regionales carecen de agencia, donde instituciones de corte internacional marcarían la pauta a seguir en el turismo articulado alrededor de Machu Picchu. Empero, ello no significa que se pasen por alto factores en muchos casos determinantes como los diversos y cambiantes intereses de la política exterior estadounidense en cuanto al turismo y los efectos muchas veces dramáticos en la economía peruana y especialmente cuzqueña. Para ello, Rice recurre a otra forma de la “zona de contacto”, una de tipo transnacional.

Making Machu Picchu también será de utilidad a aquellos interesados en temas de nación y peruanidad. Recogiendo lo dicho anteriormente, el autor polemiza con las ideas casi canónicas referentes a la construcción de la nación. Ante las propuestas de Pierre Nora, Eric Hobsbawm y Benedict Anderson, que él considera como un análisis muy “doméstico” del fenómeno nacional, en el que se necesitarían requisitos que el país debería de contar para constituir su “comunidad imaginada”, Rice discrepa. El análisis, para él, no se agotaría ahí, sino que propone también “fuerzas transnacionales y zonas de contacto” como contribuyentes al surgimiento de las ideas de nación en regiones como América Latina, que no cumplirían muchas veces con los señalados requisitos. Así, ante académicos que muchas veces se frustran al no encontrar naciones latinoamericanas y sus condiciones estatales, sociales o económicas, en este libro se argumenta que no se debe soslayar al turismo y su construcción de narrativas. Implica esto que varias ideas de nación se disputan la primacía para presentarse ante los ojos del turista como lo que significa ser en última instancia “peruano”.

Para demostrar todo lo dicho hasta ahora, Rice despliega un gran bagaje de fuentes de diversa naturaleza y procedencia. El núcleo consultado constituye diarios y revistas del Cuzco, Lima y Estados Unidos con destacable variedad, desde las publicaciones estadounidenses poco conocidas, hasta fuentes “clásicas” como el *National Geographic Magazine*, la *Revista del Touring Club Peruano*, la *Revista del Instituto y Museo Arqueológico del Cuzco*, *El Comercio del Cuzco* o *El Comercio* de Lima. Se recurre a guías turísticas producidas por intelectuales cuzqueños o radicados en el Cuzco como Luis E. Valcárcel, Albert Giesecke o Uriel García, así como fotografías de Martín Chambi, e informes técnicos de ingenieros y arqueólogos de la región. Asimismo, el autor también consulta otros tipos de fuente como cómics de habla francesa o literatura infantil estadounidense. Fuentes del arte pop también son empleadas, especial-

mente las producidas en Estados Unidos, desde películas hasta canciones peruanas adaptadas al público norteamericano. Las fuentes orales también están presentes, con entrevistas a algunos emprendedores cuzqueños o radicados allá, que le permiten a Rice ejemplificar mejor los dramas vividos en la *ciudad imperial* durante el Conflicto Armado Interno (1980-2000) o los disruptivos efectos de las políticas neoliberales en el sector turístico local.

Con todo, Rice no deja de enfatizar a lo largo del texto que gran parte de los indígenas y sectores subalternos urbanos no han sido considerados a la hora de recibir los beneficios que el turismo trajo al Cuzco. También, que las élites cuzqueñas buscaban promover el turismo en su región presentándose al mundo bajo la etiqueta de “andinos”, pero marginando en el día a día a gran parte de la población local. Aun así, el lector queda con la sensación de que esto no está debidamente ejemplificado en base a fuentes, sobre todo en los tres primeros capítulos. Lo mismo sucede con la situación de los emprendimientos turísticos locales: este punto hubiera tenido mayor contundencia en el texto si hubiera contado con más ejemplos que les brinden mayor humanidad a las cifras. Más allá de esto, *Making Machu Picchu* comunica con claridad sus propuestas, a la vez que hace justicia a la demanda de complejidad que hace Rice al inicio del texto: ver las múltiples aristas de algo considerado espontáneo y poco cuestionado, la humanidad rendida ante Machu Picchu.

Referencia

Fuente secundaria

Pratt, M.L. (2010). *Ojos Imperiales: literatura de viajes y transculturación*. México: Fondo de Cultura Económica.