



La importancia del patrimonio arqueológico para el inicio del turismo en México. Un estudio de caso de Teotihuacán, del siglo XVI a 1930

The archaeological heritage importance to the tourism beginning in Mexico. Teotihuacán case study from the 16th century to 1930

 **Eréndira Muñoz Aréyzaga**

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
Universidad Autónoma del Estado de México
México, México
emunoz@uamex.mx

 **Gandhi González Guerrero**

Universidad Autónoma del Estado de México
México, México
emunoz@uamex.mx

 **Ruben Nieto Hernández**

Universidad Autónoma del Estado de México
México, México
rnietoh@uaemex.mx

 **María Eugenia Valdez Pérez**

Universidad Autónoma del Estado de México
México, México
mevaldezpe@uaemex.mx

RESUMEN

El objetivo del trabajo es comprender la relación del patrimonio arqueológico con el desarrollo del turismo y su institucionalización en México. Se parte de la premisa de que este patrimonio es uno de los primeros en convertirse en un recurso turístico susceptible de mercantilizarse, por lo que impulsó las acciones estatales para promover el turismo antes de que se masificara en México. Mediante el caso de Teotihuacán se identifican y analizan los procesos socioculturales para transformar un bien arqueológico en un atractivo turístico, ocurridos desde el siglo XVI hasta principios del siglo XX, y se utiliza el modelo de ciclo de vida de un destino turístico para periodizarlo y como fuentes la literatura de viajeros del siglo XIX, notas periodísticas e informes de trabajo de las instituciones encargadas de la gestión del patrimonio.

El estudio muestra que el uso del patrimonio arqueológico como representativo de la identidad nacional impactó en el desplazamiento de viajeros y turistas, pero el desarrollo del turismo y la construcción de la imagen del país como un destino turístico pleno de yacimientos arqueológicos está íntimamente relacionado con las preferencias de los turistas estadounidenses y los intereses económicos de ese país en México.

PALABRAS CLAVE: patrimonio arqueológico; historia del turismo, Teotihuacán.

ABSTRACT

The aim of this paper is to understand the relationship between archaeological heritage and the development of tourism in Mexico and its institutionalization. It is based on the premise that this heritage was one of the first that became a tourist resource to be commercialized, so it boosted government measures to promote tourism before it was massified in México. Through Teotihuacán case study, the sociocultural processes necessary to transform an archaeological asset into a tourist attraction which occurred from the 16th century to the beginning of the 20th are identified and analyzed. The life cycle model of a tourist destination is used to periodize it and 19th century travel literature, journalistic notes, and work reports of the institutions in charge of heritage management constitute the sources of information.

The study shows that using the archaeological heritage as a representation of the national identity had an impact on the movement of travelers and tourists. However, the development of tourism and the construction of the tourist image of the country as a destination full of archaeological sites is closely related to the preferences of American tourists and the economic interests of the country in Mexico.

KEYWORDS: archaeological heritage; tourism history; Teotihuacán.

Fecha recepción: 16 de septiembre de 2022

Fecha aprobación: 24 de noviembre de 2022

Introducción

México es un destino turístico importante, en 2021, después de las restricciones globales de viaje por la pandemia por COVID19, fue el segundo más visitado del mundo al recibir 32 millones de turistas internacionales (De la Rosa, 2022). El desarrollo del turismo responde a condiciones políticas, económicas, sociales y culturales globales y locales pero su base es el exotismo, entendido “como lo extraño, singular y por extensión como ‘extraño al observador’ (...), en el ámbito de lo público, donde el otro debe poder mirarse como ‘otro’ y así ‘nutrir un exotismo’” (Lacarrière, 2016, p.119), construido a partir de determinados recursos culturales o naturales que conforman una oferta diferenciada y diversificada y una imagen como destino turístico que permite la práctica del turismo como un acto de consumo.

El patrimonio arqueológico es fundamental para construir el exotismo de México y su imagen turística. En 2019, las zonas arqueológicas mexicanas fueron visitadas por cerca de 16 millones de personas (INAH, 2020), posiblemente porque el pasado prehispánico se constituyó de forma temprana como un componente de la identidad del país y por ello los yacimientos arqueológicos en un interés para el turismo, y en ellos se centraron las primeras acciones gubernamentales para promover la visita de turistas antes de que el turismo se masificara en el país y existiera una dependencia gubernamental para promoverlo.

Para comprender la relación del patrimonio arqueológico con el desarrollo del turismo en México, el impacto en su institucionalización y en la conformación de su imagen como destino turístico, se revisará el caso de la

zona arqueológica de Teotihuacán, por ser la más visitada del país (INAH, 2020), su importancia histórica y cultural reconocida por la UNESCO al ser patrimonio de la humanidad y porque permite identificar y comprender el proceso socio histórico mediante el cual un bien cultural se construye como atractivo turístico y se posiciona en una incipiente red de servicios en un territorio, en el que ocurren las acciones entre el sistema de destino, que es el complejo sociocultural y territorial receptor, y el de origen (Navarro, 2015), compuesto por los viajeros y posteriormente por los incipientes turistas.

Este proceso, entendido como un indicador del desarrollo del turismo y de la mercantilización del patrimonio, comienza porque se construyen socialmente valores que lo hacen susceptible de ser visitado que justifican la intervención de actores públicos para facilitar su consumo, la consolidación de su uso turístico y las estrategias de los actores privados y sociales para promoverlo. Abarca tres etapas, la primera implica la constitución del patrimonio arqueológico como un bien representativo del exotismo del territorio y ocurre del siglo XVI al XVIII previo a la independencia del país, la segunda refiere a la conformación del patrimonio como recurso turístico y se desarrolla hasta la primera mitad del siglo XIX, y la tercera está condicionada por su transformación a atractivo turístico y ocurre durante el periodo conocido como Porfiriato, de 1876 a 1911 y hasta los primeros años de la posrevolución en 1930.

Planteamientos teóricos metodológicos

La transición del patrimonio arqueológico a un atractivo turístico puede analizarse mediante la noción de campo de Bourdieu y Wacquant (1992), que lo consideran una red de actores colocados en distintas posiciones de poder que luchan por un capital común, en este caso de la construcción simbólica de un territorio y su pasado, mediados por la práctica social del viaje y los distintos usos socioculturales económicos y políticos que adquirió en el tiempo.

Los actores pueden ser públicos o privados internos cuando provienen del sistema de destino o del territorio en cuestión, y externos cuando no pertenecen a él y son del sistema de origen y proceden de “entidades (...) que pueden afectar o son afectadas por las actividades turísticas (...) y que tienen la capacidad de influir en el destino e imprimir directrices sobre sus peculiaridades” (Morales y Hernández, 2011, p. 896). Y se agregan a los sociales, compuestos por los habitantes del territorio que lo significan mediante su experiencia de vivir en él y por los viajeros e incipientes turistas que interactúan con el espacio y lo significan por su consumo, orientando las acciones de los actores públicos y privados.

Las interrelaciones de estos actores se analizan desde dos dimensiones propuestas, la primera es discursiva conformada por los argumentos que justifican la construcción del patrimonio arqueológico como un componente del exotismo del país y posteriormente como un recurso y un atractivo turístico, que representan distintos momentos históricos de su mercantilización, y se asocia por lo menos con cuatro factores: 1) la construcción del nacionalismo hacia el interior del país y desde el Porfiriato hacia el exterior, porque responde a la necesidad estratégica de favorecer las relaciones internacionales y las inversiones, especialmente con los Estados Unidos; 2) la construcción del país como destino turístico; 3) el desarrollo de la arqueología; y 4) el desarrollo del turismo y su fundamentación incipiente como generador de riqueza.

La segunda dimensión propuesta es la de las acciones y son las estrategias de los actores para transformar el patrimonio arqueológico en el tipo de recurso correspondiente a los momentos históricos de su mercantilización y proveer las condiciones materiales y operativas que requiere el turismo para desenvolverse territorialmente. Se caracteriza en sentido estricto por el conjunto de acciones para divulgar e institucionalizar socialmente el patrimonio como objeto turístico y por las intervenciones para su consumo, y en sentido lato por las acciones necesarias para desarrollar la

infraestructura que requiere el turismo para establecerse y posicionar al patrimonio en una red de bienes y servicios que permiten que sea ofertado y consumido local y globalmente.

También se ocupará el modelo de ciclo de vida de un destino turístico de Butler (1980) porque considera el proceso mediante el cual un conjunto de bienes culturales o naturales se integran a una red de servicios y productos para satisfacer al turista, convirtiéndose y consolidándose como un producto mercantil inserto en un sistema, que implica la transformación de un bien arqueológico en un recurso y después en un atractivo turístico. Un recurso turístico es un bien que por sus cualidades o valores formales es relevante para su visita, por lo que tiene el valor funcional de ser visitado (Navarro, 2015), y un atractivo es aquel recurso que ya es intervenido para ser consumido e idealmente está inserto en un destino turístico “que engloba diversos atractivos turísticos e infraestructuras, formando un sistema” (Servicio Nacional de Turismo, 2016, p.12).

El modelo de Butler se compone de cinco fases determinadas por los cambios en el crecimiento de visitantes, el desarrollo de la infraestructura consecuente, los actores que participan y definen su gestión y la relación entre visitantes y locales, y son: exploración, implicación, desarrollo, consolidación y estancamiento, con la posibilidad de declive o rejuvenecimiento.

La fase de exploración se caracteriza por una incipiente infraestructura turística y la conformación de recursos turísticos, condicionada por la llegada de los primeros viajeros y la capacidad de atracción que observan en determinados bienes. La fase de implicación considera la participación de los actores públicos, privados o sociales para desarrollar el destino turístico, motivada por la llegada de los primeros visitantes (Sánchez, Vargas y Castillo, 2017) y consiste en la transformación de los recursos turísticos en atractivos, interviniéndolos para facilitar su consumo e inserción en una red de bienes y servicios, por lo que favorece el crecimiento paulatino de la infraestructura turística. En la fase de desarrollo el destino es reconocido, comienza la

masificación del turismo y surgen conflictos y problemáticas por la capacidad de carga, porque crecen de forma acelerada la infraestructura turística, la oferta y la demanda y disminuye el control local del turismo. En la fase de consolidación el destino alcanza niveles récord de demanda (Sánchez, Vargas y Castillo, 2017) pero puede decaer si no se toman acciones para rejuvenecerlo.

Las fases de exploración e implicación son las que se analizarán en este estudio pero se agrega otra que se propone denominar de exotismo que ocurriría previamente, porque Butler no considera, al no ser su objetivo, el proceso histórico mediante el cual se construyen los significados de unicidad y al mismo tiempo de alteridad de un elemento cultural que le dan sentido como un bien capaz de representar el exotismo de un territorio y justifican su posterior consideración como un recurso turístico.

Primero se revisan las crónicas de la conquista y literatura de corte científica, producida por los criollos, previo a la independencia del país, para entender la construcción de los significados de Teotihuacán como un bien cultural representativo del exotismo. Posteriormente se analizan relatos de viajeros ingleses y norteamericanos para comprender los significados del sitio arqueológico que se construyen o refuerzan mediante la práctica de la visita que lo afianzan como recurso turístico en México y en sus países de origen, a partir de su registro y difusión. Finalmente se analizan diarios mexicanos y norteamericanos e informes de las dependencias gubernamentales encargadas de la exploración y mantenimiento de los sitios arqueológicos hasta antes de la creación del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), actualmente encargado de ello, para comprender los discursos y acciones que fortalecieron al sitio como atractivo turístico y al país como destino.

La transición de Teotihuacán de bien cultural a atractivo turístico

Fase de exotismo

Los significados del patrimonio arqueológico necesarios para crear una imagen que después se usa con fines turísticos está mediada por la construcción del exotismo del territorio desde la mirada del otro, por lo que comienza con la dominación española y la paulatina apropiación del espacio que habitaban, por la necesidad de defender lo que los conquistadores y sus descendientes consideraban propio. La producción de significados básicamente guiada por los criollos se aceleró con la construcción de una idea imaginaria de nación que tuvo un uso político previo a la independencia de México y dependió de un cúmulo de conocimientos fundamentados en ideas escolásticas y después cartesianas, que permitieron la identificación de elementos unívocos del territorio y de su historia que construían al mismo tiempo su alteridad y un incipiente nacionalismo.

En el siglo XVI, las órdenes religiosas y autores indígenas recuperaron el reciente pasado prehispánico en las crónicas de la conquista, para evidenciar la idolatría en la que vivían los pueblos originarios y justificar la dominación española como una misión para ordenar el mundo de acuerdo con los designios divinos y el sistema colonialista, pero algunos la criticaron, lo que permitió a Andrés de Olmos, Toribio de Motolín o Bernardino de Sahagún escribir sobre el pasado con cierta admiración y como producto de una alta civilización; y sentaron las bases para enaltecerlo (Rubial, 2002).

Fernando de Alva Ixtlilxóchitl, descendiente de gobernantes aztecas, describió a Teotihuacán como una ciudad con “grandísimos templos muy altos y los edificios más terribles del mundo, que hasta hoy día parecen en sus ruinas” (De Alva, 1985, p. 272-273). Juan de Torquemada describe “dos templos de grandísima altura y grandeza (...) dedicados al sol y a la luna (...) y al derredor de ellos hay otros (...) que pasan más de dos mil (...) [porque] se sabe que aun los que más se preciaron de mejores y más cuidadosos adoradores de ídolos, éstos aún no se preciaron de edificarles tantas casas y templos” (De Torquemada, 1975, p. 208-209, 238); y lo compara con Tebas o Atenas.

La racionalidad que promovió la Ilustración posibilitó la construcción del conocimiento del pasado prehispánico de forma dialógica, contrapuesta o complementaria, entre criollos y occidentales, contextualizados por el evolucionismo, el nacionalismo criollo y la pérdida de poder de España en Europa, que detonó un nacionalismo español más allá de la península Ibérica y promovió estudios para fortalecerlo, siendo el de mayor envergadura el de Guillermo Dupaix y Luciano Castañeda, que reforzaron la grandeza del pasado prehispánico y el patrimonio arqueológico.

Francisco Xavier Clavijero, José Antonio Alzate y otros autores novohispanos argumentaron que las sociedades prehispánicas tenían un desarrollo similar a algunas culturas antiguas occidentales u orientales enalteciéndolas. Carlos de Sigüenza y Góngora estudió el pasado para crear una nueva nación criolla, “una entidad peculiar con un significado propio” (Benítez, 1998, p. 426), y entre otros estudios realizó la primera excavación arqueológica en Teotihuacán y en América, para comprobar mediante el método experimental la hipótesis de que los montículos de tierra eran pirámides construidas por indios prehispánicos (Bernal, 1992; Schávelzon, 1983), los cuales creía eran descendientes de egipcios y por ello constructores de pirámides (Hernández, 1992).

El nacionalismo fortaleció el reconocimiento del patrimonio arqueológico como elemento identitario de un territorio y una nación en ciernes y Teotihuacán fue comparado con civilizaciones antiguas valoradas positivamente en Occidente, y comienza a difundirse como un tema de interés en Europa donde ya se desarrollaba el Grand Tour, impulsado entre otras motivaciones por el conocimiento de los orígenes europeos, básicamente romanos, de modo que el viaje para conocer monumentos ruinosos era ya una práctica.

Fase de exploración

En el siglo XIX la actividad turística y la infraestructura de comunicaciones y hospedaje no estaban desarrolladas, incluso los mesones, hoteles y ventas eran descritos como lúgubres y sucios (Martínez, 2014); pero Teotihuacán se consolidó como recurso turístico básicamente a partir de acciones discursivas de los actores internos y externos. De 1810 a 1870 los actores públicos internos se centraron en la institucionalización de los valores del patrimonio arqueológico básicamente de dos tipos: formales, derivados de los primeros estudios históricos, arqueológicos o estéticos, y simbólicos, relacionados con el fortalecimiento del nacionalismo al interior del país y su relación con la representación del origen común de los grupos sociales que componían el territorio como una estrategia para unificarlos. Para ello se hizo uso básicamente del Museo Nacional Mexicano en donde comenzaban a realizarse investigaciones.

En este periodo, la participación de los actores externos es de mayor incidencia porque al independizarse, el país comenzó una segunda colonización y el viaje tenía fines intervencionistas, económicos y políticos, pero conservaba su sentido pedagógico o antropológico de conocer la cultura y el pasado; así la construcción de los valores diferenciadores de Teotihuacán como recurso turístico se realiza mediante la práctica de la visita de viajeros principalmente de Inglaterra y Estados Unidos, y de su registro en literatura de viajes y su difusión. En sus escritos es posible identificar los valores formales o simbólicos que reconocen o construyen mediante su visita.

Entre 1799 y 1804, Alexander von Humboldt realizó un viaje por América. Su obra científica integra registros de su viaje por lo que fue considerada como literatura de viajes y una guía para la mayoría de los viajeros analizados, además promovió el reconocimiento de las crónicas de la conquista del siglo XVI, que eran consideradas ficciones para justificar la dominación española por la pérdida de poder de España en el viejo continente (Rebok, 2002). Humboldt demostró que el desarrollo de las sociedades antiguas mexicanas era similar al de los egipcios, griegos, romanos y otros con bases históricas,

mediante las crónicas de la conquista y los escritos de los criollos, y arqueológicas por comparaciones con colecciones públicas y privadas y monumentos antiguos de Occidente, Oriente y América; estrategia discursiva que siguen los viajeros posteriores no con fines científicos. La traza urbana de Teotihuacán la comparó con Micerinos y Keops por sus dos edificios principales y otros de menor tamaño y su sistema constructivo con los zigurats babilónicos (Humboldt, 1878).

William Bullock, viajero inglés, visitó México en 1823 y registró su viaje para mostrar sus especificidades culturales con fines económicos y políticos. Realizó la primera exposición de objetos prehispánicos, copias y algunos originales, en la Sala Egipcia del Museo Piccadilly en Londres. En su obra promueve la visita al país básicamente por el patrimonio arqueológico y asegura que puede “atraer incluso al más indiferente visitante” (Bullock, 1824, p. V-VI). Siguiendo las recomendaciones de Humboldt, visitó Teotihuacán, comparó la Pirámide del Sol con las de Guiza y representó esa similitud en una litografía que incluyó en la exposición.

Henry Tudor (1834), viajero inglés, se describe como turista, realizó un viaje por el norte de América por motivos de salud y para conocer Estados Unidos. Visitó Teotihuacán, reportó las pirámides del sol y la luna y sus medidas, y unas más pequeñas distribuidas en la Calzada de los Muertos que conformaban la traza urbana del sitio. Igual que Bullock, las compara con las de Egipto, pero considera que no eran construcciones netamente humanas: “esperando encontrar algo de semejanza con las que he visto en Egipto (...) requerí una posición particular unida con un poco de fe para ver la forma piramidal. No tienen la menor similitud (...). La inmensa masa de las colinas, así como su aspecto juntas, parecen destruir la creencia de que son una creación humana (p. 277-278).

Frances Erskine Inglis (1982) adoptó el apellido De la Barca al casarse con Ángel Calderón de la Barca, ministro de España en México, y permaneció en el país de 1839 a 1842. Visitó Teotihuacán porque lo considera un punto de

interés por la obra de Humboldt. Describió las pirámides del sol y la luna rodeadas de “cientos” de pirámides más pequeñas en la Calzada de los Muertos, su función como cementerio o lugar de culto de guerreros aztecas o toltecas, similar a la Père la Chaise o a la abadía de Westminster, que evidencian una extraordinaria raza, y la presencia de cuchillos de obsidiana y figuras de arcilla en la superficie que completan su experiencia.

Brantz Mayer, abogado y escritor estadounidense, fue funcionario en México. En 1841 visitó distintos sitios arqueológicos que difundió como un recurso turístico representativo del país porque “hay pocos (...), hasta donde puedo juzgar, que contienen más de lo que es digno de ser descrito; y aún menos, que se conoce tan poco” (Mayer, 1847, p. 223) y porque evidenciaban razas de gran espíritu. Describió Teotihuacán, su extensión, el sistema constructivo de las pirámides con tres pisos o etapas consolidados con enjarre o cemento y en la parte superior los santuarios y lugares de sacrificio, los numerosos montículos, que le permiten reconocer una plaza y la Calzada de los Muertos, “es muy probable que [fueran] los sepulcros de hombres ilustres del Imperio. (...) Quizás fue la Abadía de Westminster de los Toltecas y aztecas” (Mayer, 1847, p. 223). Además, compró “ídolos de serpentina” y “adornos personales” de una piedra que describe como frágil y extremadamente dura, era obsidiana.

Edward B. Tylor (1877), fundador de la antropología moderna británica, viajó a México en 1856 por motivos de salud. Comparó Teotihuacán con Egipto por la orientación de sus pirámides hacia los puntos cardinales, describió su sistema constructivo no piramidal sino compuesto por tres o cuatro terrazas y en el alto “una plaza cuadrada donde destacaban los ídolos y los altares de sacrificios. Esta construcción es muy parecida a algunas de las pirámides egipcias más pequeñas” (p. 142). Describió la Calzada de los Muertos donde imagina, por las crónicas de la conquista, a la población de la “gran ciudad (...) y sus barrios [congregándose] para ver a los sacerdotes y las víctimas marchar (...) y subir las escaleras (...). Uno puede imaginarse la escena de Cortés y sus hombres viendo desde su campamento (...) ese terrible día en

que los mexicanos los habían retirado” (p. 146). Se asombra al imaginar el tamaño de la ciudad por la distancia a la que encuentra un piso de piedras recubiertas con estuco que compara con el pavimento romano y por la cantidad de materiales arqueológicos dispersos en una gran extensión como puntas de flecha, cuchillos de obsidiana, pedazos de cerámica y conchas que califica como dignos de un museo: “cuan grande debe ser el número de restos que aún permanecen ocultos y cuan vasta fue la población que alguna vez habitó esta llanura” (p. 147). Consideraba que las crónicas de la conquista eran exageraciones, pero después de conocer “los restos mexicanos pronto (...) nos hizo inclinarnos a culpar a los cronistas por no tener ojos para las cosas maravillosas que los rodeaban” (p. 147).

Albert Zabriskie Gray (1878), estadounidense viajó a México por intereses netamente turísticos porque su obra tenía el objetivo de ser una guía de viaje. Describió la Pirámide del Sol, sus medidas y su sistema constructivo de terrazas, numerosos montículos algunos con estuco, color o escalinatas, y reconoce plazas y avenidas como La Ciudadela y la Calzada de los Muertos. Reporta la gran cantidad de fragmentos de objetos en el suelo y de ruinas que se extienden por los sitios aledaños imaginando el tamaño de la ciudad antigua y lo que no ha sido excavado “en una condición a medio desenterrar, más maravillosamente sugerente” (p. 79), que representa un enigma por descifrar.

Gray (1878) consideró a Teotihuacán como el recorrido más importante para los interesados en el pasado porque “oculta un misterio que ni siquiera poseen muchos de los más grandes monumentos de la antigüedad egipcia. (...) ¿No tenemos aquí un maravilloso suburbio sepulcral y sacrificial como los de Egipto, Grecia y Roma en sus días más orgullosos?” (p. 71, 80); “evidencia la veracidad de las crónicas de la conquista de que “una poderosa raza” ocupó el sitio, y por la posibilidad de sustraer “reliquias indias” que completa la experiencia. De forma que la sola visita al sitio “era más que suficiente para pagar un viaje a México” (p. 80).

Thomas Brocklehurst (1883) fue un viajero estadounidense con intereses científicos en la historia antigua mexicana. Visitó Teotihuacán y como los otros viajeros describe gran cantidad de vestigios en el suelo: cabezas de ídolos, cuchillos, puntas de flecha de obsidiana, mazos de piedra y volantes para hilar que compara con los de Troya y que representan un progreso para la civilización. Considera desde una visión colonialista que la arqueología debe ser desarrollada por estadounidenses que darán “al mundo el beneficio de sus investigaciones. Pueden hacerlo con la misma velocidad que los ingenieros están proyectando las vías de trenes por todo el país, y [se sabrá] más acerca de los tesoros escondidos” (p. 180).

Frederick Ober (1885), naturalista y escritor estadounidense, realizó viajes a México para escribir sobre su historia. Reconoce que existen numerosas ruinas arqueológicas en el país, pero considera a Uxmal, Chichen Itza y Teotihuacán las más interesantes. Describe las pirámides del sol y la luna, sus medidas y sistema constructivo: un “método primitivo (...) que ha tenido éxito en (...) las grandes edificaciones con el digno nombre de palacios, [que] han obtenido la admiración del mundo” (p. 482), y las pirámides más pequeñas de la Calzada de los Muertos. Igual que los otros viajeros sustrae piezas arqueológicas que compra a vendedores de la localidad.

Ober (1885) considera a los sitios arqueológicos como un recurso turístico y su necesaria investigación para transformarlos en un atractivo también desde una visión colonialista: “deje que los turistas y los arqueólogos los visiten (...). No se necesita un ojo más profético que el que pertenece al hombre ordinario para discernir el resultado de la apertura de un país con tanta riqueza (...) arqueológica. El tiempo de que las ciudades enterradas vuelvan a brillar ha llegado” (p. 478).

Mary Winifred Howard of Glosopp, hija de un político inglés, viajó por el norte de América inspirada por Humboldt. Visitó Teotihuacán y describe las pirámides de la luna y el sol que compara con las de Sakara, Egipto y con el Templo de Belus en Babilonia, el sistema constructivo de terrazas y asegura que su función era política porque “los reyes de los estados circunvecinos

venían a coronarse” (Howard, 1897, p. 174), también la Calzada de los Muertos, donde había pirámides más pequeñas cuyo uso era habitacional o de enterramiento y coincide en señalar el material arqueológico disperso en el suelo, especialmente cabezas pequeñas de terracota que denomina de tipo chino, asirio y etíope.

Teotihuacán ya era un recurso turístico porque era motivo de visita, por la literatura de viajes especialmente de Humboldt o por las crónicas de la conquista que tenían una larga difusión, que son fuentes para construir imaginarios sobre el sitio. Los viajeros reconocen como elementos principales, las pirámides del Sol y la Luna y la Calzada de los Muertos y los vestigios del suelo que permiten comparaciones con Egipto y agregan otras como Troya, Roma o Westminster para dialogar con sus lectores a quienes conciben como viajeros. Mediante la visita reafirman los imaginarios provenientes de estas fuentes y crean otros que se convierten en las cualidades diferenciadoras de Teotihuacán como recurso turístico que pueden clasificarse en: 1) universalidad, asociado al desarrollo de la humanidad que representan las antiguas civilizaciones que le otorgan un estatus de importancia global; 2) autenticidad, por la posibilidad de verificar los acontecimientos históricos que se imaginan ocurrieron en la antigua ciudad a partir de las crónicas de la conquista y que le suma un valor de 3) originalidad y genialidad, se trata de un ejercicio en el que los viajeros agregan características psicológicas positivas a los constructores de las pirámides que los cualifica como “razas extraordinarias” que devienen en especificidades culturales como el sistema constructivo de terrazas o las funciones de los monumentos y objetos arqueológicos, 4) científico, refiere al valor arqueológico de los sitios para construir conocimientos al ser evidencia de un modo de vida que revela el origen de la ciudad o la función de los edificios, aunque se considera que no está lo suficientemente desarrollado, pero al mismo tiempo no revelado le aporta una cualidad de 5) misterio o aventura, por desenterrar lo oculto y 6) estético al ser un espacio de contemplación y admiración experimentado básicamente con los

sentidos como el tamaño, el color, la forma, el volumen, la dimensión por ejemplo de la ciudad, el paisaje o los restos dispersos por el suelo que son descritos como materiales dignos de museo, maravillosos.

A partir de estos valores, Teotihuacán y el patrimonio arqueológico mexicano se construye como recurso turístico básicamente por los actores externos porque lo consideran diferente, único y digno de ser visitado y la experiencia de recorrerlo se asocia a emociones de asombro por lo conocido y lo que aún permanece oculto, porque se reconocen en el sitio elementos que representan la historia mexicana y universal conocida por los viajeros u otros que pueden asociarse con su lugar de origen, y esta experiencia incluye el registro para otros fundada en ese reconocimiento y además la práctica de sustraer piezas arqueológicas que funcionaban como “recuerdos” del sitio en un afán coleccionista o de marcadores de estatus en su círculo social.

Fase de intervención

Entre 1890 y 1930, Teotihuacán se transformó en un atractivo turístico. En el plano discursivo el gobierno mexicano a cargo de Porfirio Díaz comenzó a construir una identidad nacional por y para el exterior para atraer inversiones extranjeras, representando un país moderno con raíces profundas, y el turismo comienza a verse también como seña de modernidad. En este contexto es determinante la participación de los actores externos que se involucraron en la construcción y difusión de la imagen turística del país como un sitio digno de ser visitado por sus numerosas “ruinas”. En el plano de las acciones los actores públicos participaron en la recreación de esa identidad con la realización de exposiciones museográficas internacionales pero la transición hacia la etapa de involucramiento está determinada por la restauración y adecuación para la visita de sitios arqueológicos que comienza en este periodo. Esta suma de factores va consolidando a Teotihuacán como un atractivo turístico al final del siglo XIX y perfilan la institucionalización de las acciones públicas para fomentar el turismo; y las redes económicas y políticas que lo facilitaron básicamente con los estadounidenses que desembocan en 1926 en la creación del Departamento de Turismo, la

primera instancia dedicada a la promoción del turismo y primer antecedente de la actual Secretaría de Turismo (Mateos, 2001; Sectur, 2005).

Acciones y discursos internos

Existen antecedentes de investigaciones arqueológicas en Teotihuacán, pero, Leopoldo Batres lo habilitó para su visita, entre 1884 y 1886 y de 1905 a 1910, cuando realizó excavaciones para reconstruir la pirámide del Sol, se construyó un museo, se acondicionaron espacios para los custodios, se expropiaron los terrenos a pesar de los conflictos con los propietarios y se autorizó la construcción de un hotel y de un restaurante denominado La Gruta (Iracheta, 2015); siendo los primeros servicios turísticos en un sitio arqueológico.

Antes de la creación del INAH en 1939, encargado entre otras funciones del registro, exploración, investigación, conservación, vigilancia, adecuación de los sitios arqueológicos para su visita al público y de la operación de espacios históricos y museos, estas acciones fueron realizadas por el Subdepartamento de Población Precolonial y Colonial, a cargo de Ignacio Marquina, posteriormente se denominó Dirección de Arqueología y Departamento de Monumentos Prehispánicos, ambos presididos por José Reygadas. Sus labores, reportadas en el Boletín de la Secretaría de Educación Pública de 1925 a 1931, denotan las acciones para transformar al patrimonio arqueológico en un atractivo turístico y representan las primeras acciones institucionalizadas para tal fin.

El registro serviría para completar la Carta Arqueológica de la República, que requería una memoria fotográfica de los sitios, útil también para exposiciones internacionales; en 1927 había 1,168 sitios registrados. Se investigó sobre el origen y temporalidad de los sitios con lo que se obtuvo información para elaborar monografías o guías turísticas, la difusión se

realizaba mediante los Anales del Museo y la divulgación en sitios patrimoniales, museos y notas de prensa¹.

Teotihuacán era el más visitado en el centro del país y se realizaron trabajos de investigación, conservación, restauración y adecuaciones para su visita. En 1925 se hizo un levantamiento topográfico del Templo de Quetzalcoatl², se conservó y restauró la Ciudadela y se adecuaron para su visita con la construcción de andadores y puentes³. La Pirámide de la Luna y el Templo de Quetzalcoatl tenían problemáticas de conservación por escurrimientos de agua y se hicieron sistemas de drenaje y la Pirámide del Sol fue consolidada por daños causados por la incidencia de los visitantes⁴. Se establecieron servicios como agua potable y alumbrado⁵ y rutas de acceso por tranvía o por auto, que se modificó porque no permitía la exploración de la Calzada de las Muertos⁶, y se supervisaba el funcionamiento del Museo Regional⁷.

Teotihuacán contaba con personal para su mantenimiento y atención al público y era el único sitio arqueológico con autorización para cobrar el acceso. En 1927 costaba veinte centavos durante cinco días a la semana y, sumado a la venta de postales y guías turísticas, los ingresos anuales fueron de \$7,980.00, usados para “mejorar las condiciones generales de la zona [y] la conservación de los monumentos y la administración de los servicios”⁸. El Museo Regional reportó que en 1925 contaba con 825 visitantes al mes⁹.

¹ Memoria que indica el estado que guarda el ramo de educación pública, agosto 1927. México, D. F., agosto, 1927, pp. 493-496. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

² Boletín de la Secretaría de Educación Pública (1925a). IV (1), México, D.F., pp. 205-206. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

³ BSEP, 1925b, pp. 157-158. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

⁴ BSEP. 1927a VI (2), pp. 82-85. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

⁵ BSEP. 1927b VI (5), pp.49-51. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

⁶ BSEP 1931a X (1 a 4), pp. 154-182. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

⁷ BSEP 1925a, IV (1) pp. 205-206. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

⁸ Reygadas, J. (1927). Dirección de Arqueología. Memoria que indica el estado que guarda el ramo de educación pública, agosto 1927. México, D. F., agosto, 1927, pp. 494. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

⁹ BSEP 1925a, IV (1) pp. 205-206. Recuperado de <https://hndm.iib.unam.mx>

En la Tabla 1 se muestran los visitantes de las principales zonas arqueológicas del país de 1925 a 1930; no todos los meses están reportados pero denotan la importancia que adquirirían para el turismo las del sureste y Teotihuacán.

Tabla 1: Visitantes a zonas arqueológicas 1925-1931

Zona arqueológica	Años					
	1925	1927	1928	1929	1930	1931
Chichén Itza	206	904	665	150	252	760
Uxmal	N/R	263	86	32	54	572
Mitla	107	1.065	488	480	486	600
Monte Albán	N/R	331	106	78	626	1.316
Palenque	N/R	117	21	30	34	40
Chalchihuites	N/R	72	38	50	22	42
Ixtlán del Río	N/R	245	33	34	29	48
El Tajín	N/R	218	96	20	49	22
La Quemada	N/R	283	12	79	14	37
Tepozteco	N/R	287	26	131	84	175
Xochicalco	N/R	38	N/R	59	143	102
Tezcutzingo	N/R	348	275	102	100	172
San Ángel	N/R	12.909	2.117	2.560	1.632	3.821
Tenayuca	587	2.771	2.507	1.968	1.479	5.113
Sata Cecilia	N/R	2.461	1.062	598	546	747

Zona arqueológica	Años					
	1925	1927	1928	1929	1930	1931
Santa Teresa (Templo Mayor)	645	867	423	214	350	459
Teotihuacán	2.787	23.406	17.420	7.004	5.096	8.933

Fuentes: Elaboración propia a partir de Boletín de la Secretaría de Educación Pública 1925, 1927a y b, 1928, 1929, 1931

El desarrollo de estas acciones muestra la especialización de la arqueología al servicio del turismo, que se justificaron en la dimensión discursiva por los usos que el gobierno imaginaba para el patrimonio arqueológico que en todo caso era su consumo, pero pueden ser clasificados en didácticos, científicos y diplomáticos que fortalecieron su conformación como un atractivo turístico.

El uso didáctico eran las visitas escolares. En 1908, estudiantes de la Escuela Normal de Profesoras y del Museo Nacional realizaron una excursión al sitio y al pueblo de San Juan con la guía de Batres, que fue calificada de agradable e interesante¹⁰; lo que muestra que se construía un conjunto de atractivos turísticos y servicios en torno al sitio, lo que de facto lo va convirtiendo en un destino turístico

El uso científico, aunque también diplomático, se observa en la organización de dos versiones del Congreso Internacional de Americanistas realizados en 1895 y 1910. En el primero, Antonio García Cubas, por orden del presidente, intervino la Pirámide de la Luna para investigarla y restaurarla (Schávelzon, 1983), “con el objeto de descubrirse algunas antigüedades que enriquecieran nuestra historia, así como para darlas a conocer a nuestros huéspedes”¹¹,

¹⁰ El Tiempo, México D. F., 2-6-1908, p. 10.

¹¹ Sin autor. Exploraciones científicas. Una ciudad enterrada. El Universal, México D. F., 8-8-1895, p. 6.

que eran científicos y diplomáticos de Europa y Latinoamérica. Se programó una excursión que inició con la muestra de reproducciones de piezas arqueológicas de un artesano local, la visita a las pirámides del Sol y la Luna y la Calzada de los Muertos, recorrido que practicaban los viajeros previos, y culminó con una comida en La Gruta y una visita al pueblo de San Juan.

El segundo congreso se integró a los festejos del primer centenario de la independencia. Los asistentes visitaron con Díaz los monumentos restaurados por Batres, la Pirámide del Sol y la Calzada de los Muertos, y al restaurante La Gruta. La excursión fue descrita como exitosa y se reconoció la intervención pública para la conservación y apertura de sitios arqueológicos: “posee México gran riqueza arqueológica, y son de alabarse los esfuerzos hechos por el gobierno y que tan buenos resultados han tenido para descubrir y cuidar los más preciados monumentos que (...) ahora causan el asombro lo mismo del sencillo excursionista, que del sabio investigador”¹².

El uso diplomático consistió en visitas de extranjeros que se consideraban distinguidos o con intereses comerciales o políticos en México promovidas por el gobierno, aunque otras fueron motivadas por el patrimonio arqueológico. Desde 1899, varias comitivas con intereses comerciales y diplomáticos, principalmente de estadounidenses e ingleses, recorrieron el sitio, acompañados por representantes del gobierno mexicano, entre ellos Alfonso Pruneda, director del Museo Nacional y Gifford Pinchot, encargado estadounidense de Asuntos Forestales, y resultaron apreciaciones positivas señalando que México ofrecía sitios pintorescos dignos de admiración y la necesidad de convertir al pueblo de San Juan en un atractivo turístico y así en un destino, “ojalá continuaran estas excursiones que terminarían por

¹² Sin autor. Problemas arqueológicos. El Diario, México D. F., 14-9-1910, p. 4.

construir a San Juan en el punto predilecto para ellas”¹³.

En 1909, Díaz acudió a Teotihuacán por los festejos del 5 de mayo patrocinados en esa ocasión por Felipe Buenrostro, habitante de San Juan, y es uno de los primeros actores sociales en manifestar la necesidad de afianzarlo como un destino turístico mediante “excursiones dominicales que tuvieran el doble objeto de conocer las pirámides, que tanto interés despiertan entre los extranjeros, y contribuir al mayor movimiento comercial de la población”¹⁴.

En 1921, con motivo de la organización del festejo de la consumación de la independencia, Alberto J. Pani, secretario de Relaciones Exteriores, expuso que el turismo extranjero estaba interesado en conocer el patrimonio arqueológico y podría ser fuente de desarrollo y presentó un estudio integral de Teotihuacán realizado por Manuel Gamio, en el que propuso promoverlo como un destino turístico junto a sus paisajes naturales y otros lugares históricos cercanos, que planteó en la Guía para visitar la ciudad arqueológica de Teotihuacán (1921). “Fue el primer intento formal, pertinente y fundamentado para conjugar el patrimonio cultural y el turismo como estrategia económica bajo la conducción del Estado, (...) en un proyecto que partía de la reconstrucción de las ruinas” (Mercado, 2016, p. 1030), lo que muestra plenamente la intervención de actores públicos en el desarrollo del turismo y la importancia del patrimonio arqueológico como detonante para crear una red de productos y servicios.

Las instituciones encargadas del patrimonio arqueológico consideraban importante la exploración e investigación por su aporte al conocimiento, pero también porque se relacionaba con el desarrollo del turismo y la divulgación de la arqueología mexicana porque daban “oportunidad al

¹³ Sin autor, President talks on forest preserves. The Mexican Herald, México D. F, 23-6-1909, p. 1.

¹⁴ Sin autor, Habrá plaza de toros (1909). El Diario, Distrito Federal, 8-5-1909, p. 3

público para que conozca directamente las construcciones fomentando la afición por los estudios arqueológicos y el turismo”¹⁵. De esta forma ya existían antecedentes para argumentar la relación entre el patrimonio arqueológico, el turismo y el desarrollo que se convirtió en la justificación de la creación del INAH en 1939.

Los actores externos

El patrimonio arqueológico se posicionó como atractivo turístico especialmente en Estados Unidos mediante acciones discursivas al difundir imaginarios sobre la arqueología mexicana que sirvió para construir una imagen del país como destino turístico, como evidencian los diarios estadounidenses de 1895 a 1936, que incluían notas de divulgación científica y literatura de viajes en secciones especializadas en viajes o que combinan estas cualidades.

Los estadounidenses comenzaron a crear la imagen turística de México como el Egipto de América desde la última década del siglo XIX por las comparaciones que existían desde tiempo atrás, por la aventura de conocer los cuantiosos monumentos sin explorar y porque era una estrategia para posicionarlo en el mercado norteamericano para asegurar las inversiones que comenzaban a realizarse en México en la infraestructura de carreteras.

Los estadounidenses convencían a los posibles consumidores asociando al país con un tipo de experiencia conocida como era la visita a las pirámides de Egipto, pero al mismo tiempo constituyen una oferta diferenciada incluso una posibilidad de organización regional para planear el turismo, antes de que el gobierno mexicano lo previera. Se argumentaba que el patrimonio arqueológico mexicano era superior cualitativa y cuantitativamente que el

¹⁵ Reygadas, J. (1927). Dirección de Arqueología. Memoria que indica el estado que guarda el ramo de educación pública, agosto 1927. México, D. F., agosto, 1927, pp. 494.

de Egipto: “el arte de construir pirámides en las civilizaciones precolombinas de Norteamérica alcanzó estándares más altos que en Egipto. Las más grandes pirámides del mundo yacen en México”¹⁶, “poderosos templos, fortificaciones, tumbas, incluso de ciudades enteras (...) que muestran el desarrollo cultural y habilidad artística de los (...) antepasados de la población actual”¹⁷. México podía “reclamar el título de ‘El Egipto de América’, por qué deberían los arqueólogos ir a Egipto, cuando México les ofrece tan rico e inagotable campo como Mitla, Monte Albán, Palenque, San Juan Teotihuacán, (...) Uxmal, Chichén Itzá (...) y muchas otras que están justo empezando a desenterrarse”¹⁸.

Los estadounidenses invirtieron en la construcción de la carretera panamericana que conectaría a México con Estados Unidos y apoyados por Luis Montes de Oca, secretario de Hacienda mexicano, enfatizaban que ya no era necesario trasladarse a Egipto o Babilonia para entrar en contacto con las antiguas culturas (Berger, 2006): “el turista americano está cansado de Europa y está deseoso de ver algo nuevo. ¿Dónde puede encontrar país más interesante que México, que combina sus hermosos panoramas, su cultura, su propio arte y además los restos de una civilización más elevada y rica y probablemente más antigua que la egipcia?” (Gruel, 2017, p. 141).

Las notas de divulgación científica informan los avances en el campo arqueológico mostrando la importancia de la investigación para reforzar a los sitios arqueológicos como atractivo turístico, pero también promueven su visita. En ellas se reportan las excavaciones de Manuel Gamio para “desenterrar” Teotihuacán, una ciudad de 15 millas poblada por 190 mil habitantes, con una antigüedad de cuatro mil años aproximadamente que

¹⁶ Sin autor, Strange Pyramid Discovered in Mexico. Greatest Pyramids in the World are now Found on this continent”, The San Francisco Call, California, 2-10-1898, p. 25.

¹⁷ Sin autor, Bilders aus Mexico, New Ulm Post, Minnessota, 24-7-1914, p. 4.

¹⁸ Vest Guyer, The National Museum of Mexico, Willmar tribune, Minnessota, 15-6-1910, p. 7.

posiblemente desapareció por la erupción de un volcán¹⁹. También se informan los trabajos de José Reygadas en la Calzada de los Muertos, para descubrir montículos descritos como pirámides cada una con sus escalinatas con habitaciones y santuarios, altares y braceros a los que se accedía por pasillos laberínticos²⁰. Otro diario reporta esa información pero enfatiza en la importancia de las excavaciones para la experiencia turística, porque la Pirámide del Sol había estado enterrada por mucho tiempo, igual que los montículos de La Ciudadela y ahora los turistas podrían verlos completamente “desenterrados”²¹.

Las notas de viaje, algunas insertas en secciones especializadas en turismo, recomiendan Teotihuacán, pero igual informan datos científicos. Reportaban puntos de interés cercanos a las estaciones de tren de Veracruz, puerto donde los estadounidenses desembarcaban, a la Cd. de México, y se establecían rutas que hoy denominamos culturales²². La ruta de Cortés incluía la visita a Tlaxcala por su relación con la derrota de los aztecas frente a los españoles y a Teotihuacán, porque, según los “anales aztecas”, allí los toltecas y aztecas “coronaban” a sus dioses. La ciudad antigua era descrita como la más imponente de América donde había “templos y palacios perfectamente construidos, encalados y pulidos (...), calles y plazas (...) bellamente pavimentadas”; comparable con Egipto por su antigüedad y por los numerosos montículos, como las pirámides del Sol y la de la Luna y los de la Calzada de los Muertos, algunos de uso habitacional decorados con murales. También se difunde la posibilidad de encontrar materiales

¹⁹ Sin autor, Start to Uncover Ruins of Big City 4,000 Years Old. The Bisbee Daily Review, Arizona, 3-4-1921, p. 5.

²⁰ Science Service, Six New Pyramids Found in Old City, The Indianapolis Times, Indianapolis, 10-6-1930, p. 7

²¹ Associated Press, Unearthing “Avenue of Dead” Ancient Mexican Site, Planned, The Evening Star, Washington, 23-9-1930, p. A-5.

²² Vernier, W., What lies Between Vera Cruz and Mexico city, The Sunday Star Washington, Washington, 31-5-1914, Part 4.

arqueológicos como cuchillos de obsidiana y cerámica “de extrema vivacidad y expresión característica”²³.

En otro diario se recomienda visitar Teotihuacán por su similitud con Egipto, notoria después de las excavaciones de Leopoldo Batres en la Pirámide del Sol, que además mostraron que era el montículo más alto de América, comparación que se acentúa con información de figuras de terracota similares a las egipcias²⁴.

Teotihuacán era considerado uno de los atractivos turísticos del Estado de México junto con el exconvento de Tepotzotlán “que suscitan (...) nuestra admiración y conquistan nuestra curiosidad y nuestra atención”²⁵. La visita es recomendada por la Pirámide del Sol, por las funciones que cumplía y su arquitectura que reflejaba “la solidez, la perfección y el arte de la construcción y (...), no era de mérito menor que sus hermanos del Egipto [pero su uso no era] un monumento mortuario, sino una aspiración de la fe hacia la divinidad, es altar, es templo, [de un] pueblo sabio y fuerte, (...) en plena posesión de los conocimientos geométricos de los egipcios y de los caldeos. La sola plataforma de cimentación (...), muestra los conocimientos en el arte de la edificación”²⁶.

En 1922 la empresa de cruceros Raymond Whitcomb anunció su tour por México y las pirámides de Teotihuacán son anunciadas como uno de los puntos de visita, así que ya formaba parte de la oferta de las turoperadoras. En 1929, otro destino turístico publicitado, al concluirse algunos tramos de la carretera panamericana, era la Cd. de México, y se recomienda la visita a las pirámides de Teotihuacán²⁷, convirtiéndose en su oferta complementaria.

²³ NUP, 24-7-1914, p. 4.

²⁴ TSSW, 31-5-1914, Part 4.

²⁵ Sin autor, El relicario de una civilización muerta. México el Estado de los monumentos arqueológicos”, La Prensa, Texas, 11-4-1920, p. 9

²⁶ LP, 11-4-1920, p. 9

²⁷ NEA Service, Adventure and romance lure to old Mexico, The Indianapolis Times, 25-05-1929, p. 26

Teotihuacán también se constituyó como una oferta que podríamos llamar de nicho relacionado con la arqueología y con lo que podríamos clasificar hoy como new age. En 1922, el arqueólogo estadounidense William Nivin visitó el sitio para realizar excavaciones con turistas y fue descrito como una “experiencia de vida”. De las excavaciones recuperaron una aguja de hueso, navajillas de obsidiana y varios esqueletos humanos de infantes y adultos²⁸. La nota refleja el interés de la sociedad estadounidense en el patrimonio arqueológico mexicano y lo que representa y por la arqueología relacionada con la experiencia de aventura y el descubrimiento, de manera que se combinan dos cualidades para que sea un atractivo turístico.

Antes de la inauguración de la carretera panamericana, el senador Reynolds de Carolina del Norte aseguró que el turismo sería la fuente de prosperidad para México y afirmó que era uno de los más bellos del globo, “por los jardines flotantes de Xochimilco, el distrito arqueológico de San Juan Teotihuacán, la antigua capital azteca y los majestuosos volcanes, que reunían las atracciones que los turistas encontraban en Venecia, Egipto y la India. Viajeros que han visitado tierras lejanas están encontrando en la vecindad de la capital de México escenas sorprendentemente familiares en nuevos escenarios”²⁹. La nota destaca la “originalidad” y más bien la similitud de México con otros destinos turísticos como Teotihuacán con Egipto, “por sus pirámides y sus maravillas arqueológicas, ligadas a un misterioso capítulo de la historia de la humanidad”³⁰

Conclusiones

Actualmente el patrimonio cultural integra un valor simbólico y uno económico, esta dualidad condiciona su mercantilización y resultó de un

²⁸ Sin autor, A Beginner’s Adventure in Archaeology. The New York Herald, New York, 23-04-1922, p. 7.

²⁹ Sin autor, Mexico “New Europe”, *The Evening Star*, Washington, D. C., 22-12-1935, p. 12

³⁰ TES, 22-12-1935, p. 12

proceso histórico mediante el cual su valor simbólico adquiere un valor de cambio; como muestra el caso de Teotihuacán y su transformación de un bien cultural a un atractivo turístico.

El valor simbólico engloba la construcción de los significados del patrimonio y su apropiación en primera instancia por los grupos dominantes para usos identitarios en el ámbito local o nacional, es decir para consumo interno. Esto ocurre en Teotihuacan en las primeras dos etapas analizadas denominadas de exotismo y exploración, en las que las crónicas de la conquista y la producción científica novohispana fueron utilizadas para construir su valor simbólico y su uso principal fue para consumo interno. Representa una activación del patrimonio clásica en términos de Prats (2006) y ocurre previamente a su mercantilización y en México incluso antes de que se independizara por su uso estratégico para configurarse simbólicamente como una nación. Sin embargo, la condición dual del patrimonio parece iniciar con los actores externos y sus registros de viaje en el siglo XIX porque al mismo tiempo reafirman su valor simbólico y establecen uno económico, en tanto que su uso es difundir al patrimonio arqueológico mexicano como un recurso turístico y sus destinatarios son externos.

El desarrollo del turismo moderno en Occidente implica el aumento paulatino de turistas y acelera la mercantilización del patrimonio porque equivale a su introducción al mercado y transforma los modos en que se construye su valor simbólico y económico porque sus destinatarios son externos y se construyen como “un reflejo de la construcción social global del patrimonio y es percibido con las mismas reglas” (Prats, 2006, p. 73). Se trata de una activación del patrimonio mercantilizada porque depende de satisfacer los intereses de los visitantes y se ajusta a sus estereotipos dominantes, es decir los actores internos los utilizan estratégicamente para construir una identidad centrada en el exterior.

Este proceso ocurre en Teotihuacán en la última etapa analizada de implicación. Las condiciones históricas del país plantean nuevos usos para el valor simbólico del patrimonio que se alimenta de los discursos creados por

los actores externos a los que van dirigidos, pero en primera instancia su uso fue político o diplomático para facilitar las relaciones internacionales políticas y comerciales, y el turismo es una faceta de ellas, de modo que cuando comienza a masificarse se posibilita que el patrimonio tenga un valor en un mercado que va en crecimiento.

Al final de la etapa de implicación las comparaciones con Egipto que originalmente argumentaron conocimientos científicos desde el siglo XVIII son recuperados por el gobierno mexicano básicamente porque eran los discursos dominantes de los estadounidenses sobre el país y se hace una activación del patrimonio mercantilizada, para asegurar las inversiones que tenían en México y posicionarlo a la par de un destino o experiencia turística reconocida y consumida por los viajeros y turistas estadounidenses y canadienses por la importancia que empezó a cobrar el turismo en el país, por la novedad que representa para muchos viajeros y la importancia que tienen los centros arqueológicos para el turismo.

El análisis de la transformación de Teotihuacán a un atractivo turístico ayuda a comprender otras condiciones que facilitan y promueven la mercantilización del patrimonio y las primeras problemáticas de su relación con el turismo que siguen presentándose en la actualidad. El establecimiento del turismo en sitios arqueológicos condiciona el desarrollo de la arqueología porque los valores del patrimonio especialmente científicos y estéticos requieren renovarse continuamente para mantenerse como una oferta competitiva y además resolver las problemáticas de conservación por la incidencia de visitantes, lo anterior aceleró en el caso mexicano la creación de una institución gubernamental dedicada a ello. Los usos diplomáticos y turísticos que el gobierno mexicano comenzó a aplicar en Teotihuacán implicaron el incremento de visitantes y facilitó la adopción del discurso de la relación del patrimonio y el turismo con el desarrollo que detonó su promoción institucionalizada en México para asegurar la mercantilización constante del patrimonio.

El incremento de visitantes en Teotihuacán introduce el ámbito local a la globalización que implica el turismo, cuando el sitio comenzó a ser ofertado por las touroperadoras internacionales lo que implica que el control del turismo no sea local y sus beneficios sean desiguales.

A inicios de la década de 1930, visitaron el país 33.329 turistas extranjeros (Mercado, 2016:1034) y la mayoría (29.728) visitaron algún sitio arqueológico, considerando los datos de la Dirección de Monumentos Prehispánicos. Lo anterior indica que hasta antes de la década de los cincuenta, el patrimonio arqueológico era el motivo principal del viaje y la base de la competitividad del turismo en el país, porque aunque el sentido del viaje se estaba transformando aún tenía un componente cultural pedagógico.

Después de 1950, las preferencias del mercado turístico cambiaron hacia el turismo de sol y playa y el gobierno se involucró en la transformación de las costas mexicanas en atractivos para mantener su competitividad en el mercado. Probablemente por esta razón Teotihuacán no se convirtió en un destino turístico porque no engloba a otros atractivos y sigue siendo parte de la oferta complementaria de la Ciudad de México, pero es el sitio arqueológico más visitado del país siendo uno de los atractivos más importantes para el turismo cultural, aunque las problemáticas presentadas en su despegue como atractivo turístico se han exacerbado.

Bibliografía y referencias

Arriaga, R. y González, C. (2016). Efectos económicos del sector cultural en México, *Revista Análisis Económico*, 31(77), p. 219-246.

Benítez, L. (1998). Sigüenza y Góngora: Criollo, nacionalista y hombre de ciencia, *Colmena Universitaria*. Disponible en: http://www.iifilologicas.unam.mx/pnovohispano/uploads/95sabernovo/art29_95.pdf

Berger, D. (2006). *The Development of Mexico's Tourism Industry. Pyramids by day, martinis by night*. Palgrave MacMillan.

Bernal, I. (1992). *Historia de la arqueología en México*. Porrúa Editores.

Bourdieu P. y Wacquant L. (1992). *An invitation to Reflexive Sociology*. The University Chicago Press.

Brocklehurst, T. (1883). Mexico to-day a country with a great future and a glance at the prehistoric remains and antiquities of the Montezumas. John Murray. Disponible en: <https://archive.org/details/b24868267/page/n9>

Bullock, W. (1824). Six months. Residence and travels in Mexico, II. John Murray, Albemarle-Street. Disponible en: https://archive.org/details/gri_sixmonthsres00bull/page/n7

Butler, R. (1980). The Concept of Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. En R. Butler (Edit.), The Tourism Life Cycle. I. Applications and Modifications (pp. 3-12). Channel View Publications.

De la Rosa, A. (29 de marzo de 2022). México fue el segundo país más visitado en 2021: OMT. El Economista. Recuperado de: <https://www.economista.com.mx/empresas/Mexico-fue-el-segundo-pais-mas-visitado-en-2021-OMT-20220329-0012.html>

De Alva, I. (1985) Obras históricas. Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Históricas.

De Torquemada, J. (1975). Monarquía indiana. Disponible en: <http://www.historicas.unam.mx/publicaciones/publicadigital/monarquia/index.html>

Erskine Inglis, F. (1982). Life in Mexico. University of California Press. Disponible en: <https://digital.library.upenn.edu/women/calderon/mexico/mexico.html#VI>

Gray, A. (1878). Mexico as it is. Being notes of a recent tour in that country with some practical information, as also some study of the church question. E. P. Dutton and Company. Disponible en: <https://archive.org/details/mexicoasitisbein00gray/page/n7>

Gruel, V. M. (2017). La inauguración de la Carretera Panamericana. Turismo y estereotipos entre México y Estados Unidos. Estudios Fronterizos, 18 (36), p. 126-150. <https://doi.org/10.21670/ref.2017.36.a06>

Guerrero, R. (2015). La construcción de una identidad cultural y el desarrollo del turismo en México. Pasos revista de Patrimonio y Turismo, 13 (5), p. 1019-1036. Disponible en: http://pasosonline.org/Publicados/13515/PS515_03.pdf

Hernández, R. (1992). Rasgos de identidad nacional en la conciencia novohispana. Fuentes humanísticas, 2 (4), p. 28-41. Disponible en: [http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/1963/Rasgos de identidad nacional 04 04.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/1963/Rasgos%20de%20identidad%20nacional%2004%2004.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Howard, W. (1897). Journal of a tour in the United States, Canada and Mexico. Simpson Low, Marston and Company. Disponible en: https://archive.org/details/cihm_07249/page/n5

Humboldt von, A. (1878). Sitios de las cordilleras y monumentos de los pueblos indígenas de América. Gaspar Editores. Disponible en: http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1080017404/1080017404_MA.PDF

Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) (2020) Estadísticas de visitantes. <https://www.estadisticas.inah.gob.mx/>

Iracheta, M. P. (2015). En busca de la Pompeya Mexicana. Las exploraciones de Leopoldo Batres en Teotihuacán 1905-1910. El Colegio Mexiquense, Universidad Autónoma del Estado de México, Gobierno del Estado de México.

- Lacarrière, M. (2016). La alteridad y el exotismo en clave patrimonial turística. Aportaciones de la antropología. *Quaderns*, 32, p. 123-143.
- Mercado, E (2016). Patrimonio cultural y turismo en el México posrevolucionario. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* Vol 14 N° 4. Universidad de Laguna España. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/881/88146706016.pdf>
- Morales, G. y Hernández, J. M. (2011). Los stakeholders del turismo. *Tourism & Management Studies*, 1, p. 894-903. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=388743867081>
- Martínez, P. (2014) Los espacios de hospedaje en el siglo XIX. *Bicentenario*, 23, 30-41
- Mateos, J. (2006). El turismo en México: la ruta institucional (1921-2006). *Cuadernos de Patrimonio y Turismo Cultural*, 14, p.34-42.
- Mayer, B. (1847). Mexico as it was and as it is. G. B. Zieber and Company. Disponible en: https://es.wikisource.org/wiki/México,_como_era_y_como_es
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización. *Cuadernos de Turismo*, 35, p. 335-357. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- Ober, F. (1885). Travels in Mexico and life among the Mexicans. Estes and Lauriat. Disponible en: <https://archive.org/details/travelsinmexico00ober/page/n7>
- Prats, Ll. (2006). La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias. *PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 14 (58), p. 72-80.
- Rebok, S. (2002). La expedición americana de Alexander von Humboldt y su contribución a la ciencia del siglo XIX. *Bulletin de l'Institut français d'études andines*, 32 (3), p. 441-458. Disponible en: <https://journals.openedition.org/bifea/6080>
- Rubial, A. (2002). Nueva España: imágenes de una identidad unificada. En E. Florescano (Comp.), *Espejo Mexicano* (p. 72-115). Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Fondo de Cultura Económica.
- Sánchez, A., Vargas, E. y Castillo, M. (2017). Origen, concepción y tratamiento del ciclo de vida de los destinos turísticos: Una reflexión en torno al modelo de Butler. *Compendium*, 20 (38). Disponible en: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/880/88051773005/html/index.html>
- Schávelzon, D. (1983). La primera excavación arqueológica de América. Teotihuacán en 1676. *Anales de Antropología*, 20 (1), p. 121-135. Disponible en: <http://revistas.unam.mx/index.php/antropologia/article/viewFile/413/393>
- Secretaría de Turismo (2005). *Turismo en México. Treinta años de la Secretaría de Turismo. 1975-2005*. Secretaría de Turismo.
- Servicio Nacional de Turismo (2016). *Manual de Destinos. Elementos para la gestión de Destinos Turísticos*. Santiago de Chile. Servicio Nacional de Turismo. Disponible en: <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/Manual-de-Destinos-Elementos-para-la-gestio%CC%81n-de-destinos-turisticos-1.pdf>
- Tudor, H. (1834). Narrative of a tour in North America: comprising Mexico, the mines of Real del Norte, the United States, and the British colonies: with an excursion to the island of Cuba: in a series of letters, II. James Duncan, Paternoster Row. Disponible en: <https://archive.org/details/narrativeoftouri02tudorich>

Tylor, E. B. (1877). Anahuac. Mexico and the Mexicans, ancient and modern. Longmans Green Reader and Dyer. Disponible en: <https://archive.org/details/anahuacormexicom00tylo/page/148>

Wilson, R. (1856). Mexico: its Peasants and its Priests. Adventures and historical researches in Mexico and de silver mines during parts of the years 1851-52-53-54 with an expose of the fabulous character of the story of the conquest of Mexico by Cortez. Harper and Brothers Publishers. Disponible en: <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=yale.39002005504163&view=1up&seq=9>