

I JORNADAS SOBRE USOS Y RECEPCIÓN DE LA HISTORIA ANTIGUA.
"El antiguo Egipto como fantasía moderna: a cien años del descubrimiento de la tumba de Tutankhamón"
17 y 18 de noviembre de 2022. Buenos Aires, Instituto de Historia Antigua Oriental "Dr. Abraham Rosenvasser (FFyL-UBA)

Turismo, construcción histórica y orientalismo. Usos y recepción del antiguo Egipto en *Murray's Guidebook* de finales del siglo XIX

Ezequiel Cabrera¹

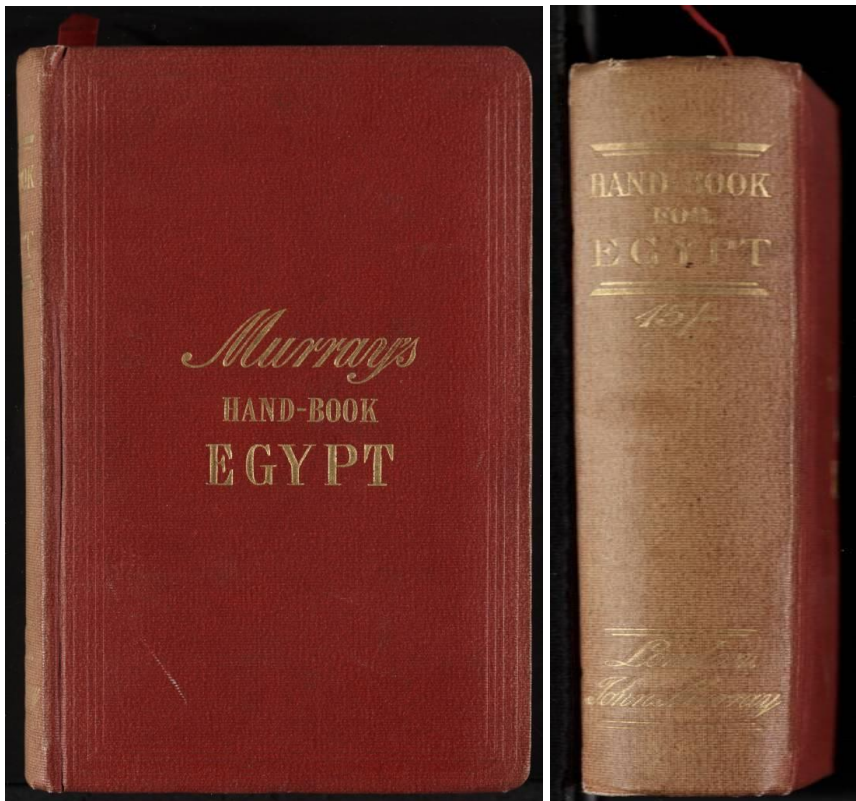
"I conclude expressing my hope that the following pages may induced many to visited Egypt, and that the information they contained may be serviceable to travelers, both on the Nile, and the Desert; and begging them to forgive what may be found deficient, I wish them all the pleasure that Egypt is capable of giving them from its interesting remains, and it's delicious winter climate"

John Gardner Wilkinson. *Modern Egypt and Thebes: being a description of Egypt; including the information required for travelers in that country.*

La expedición napoleónica a Egipto de finales del siglo XVIII y la monumental obra *Description de l'Égypte* publicada en varios volúmenes a principios del siglo XIX le dió un renovado y vigoroso impulso a la fascinación europea por el Egipto antiguo. A lo largo del siglo XIX numerosos viajeros se embarcaron en busca de extraordinarias aventuras y escenarios exóticos. El objetivo de este trabajo es aportar una nueva mirada al estudio de la construcción histórica del antiguo Egipto hecha por los "padres de la Egiptología" hacia finales del siglo XIX y principios del siglo XX. Estas construcciones, acompañadas en gran medida por nociones orientalistas, están atravesadas por el auge del turismo colonial y sus múltiples complementos. En esta búsqueda utilizaremos como fuentes las guías de turismo de la editorial

¹ Universidad de Buenos Aires, Adscripto de Historia Antigua I (Oriente) "B" (FFyL-UBA).
Contacto: ezeagosto@gmail.com

inglesa John Murray centradas en Egipto, que no solo poseen una detallada muestra de los “usos y costumbres” de la vida egipcia de principios del siglo XX, sino secciones enteras dedicadas a la Historia antigua del Egipto faraónico confeccionadas en su mayoría por grandes nombres de la disciplina egiptológica naciente. La hipótesis fundamental de este trabajo gira en torno a considerar a los *guidebooks*², en tanto dispositivos culturales, como uno de los principales medios de difusión para un público masivo y heterogéneo no solo de experiencias y conocimientos práctico útiles para el viaje sino también científicos y pseudocientíficos.



Frente y lomo de *A Handbook For Travellers in Lower and Upper Egypt* (Murray, 1880)

Orientalismo, recepción y cultura de masas: Una propuesta teórica-metodológica

² Por una cuestión práctica, a lo largo de este trabajo se utilizan indistintamente los términos *guidebook*, *handbook* y guías de turismo. El término *handbook* hace referencia a un manual de texto más pequeño y manejable con instrucciones breves, que proliferaron en Gran Bretaña desde la segunda mitad del siglo XIX, capaz de ser transportado sin dificultad. Los *guidebooks*, por otro lado, traducido al español como guías turísticas, suelen ser textos extensos (aproximadamente 5000 páginas) divididos en dos o más volúmenes que incluyen información detallada -mapas, ilustraciones, rutas, lista de precios- y secciones enteras dedicadas a publicitar lugares y personas específicas como hoteles, intérpretes, bares, restaurantes, museos, etc.

En los últimos años las investigaciones académicas sobre los procesos de recepción cultural han adquirido un importante impulso, incorporando a su paso nuevas perspectivas y formas de analizar las fuentes históricas, dejando atrás los estudios que enfatizaron el papel del autor/productor para incorporar de manera activa los usos y respuestas de los receptores. Anclados en las ideas del giro francés propuestas por Paul Ricoeur y Michel De Certeau los estudios sobre recepción comenzaron a ver a los receptores como agentes activos y creativos cuestionando la idea de consumidores como meros apropiadores (Burke, 2019, p. 93). Es allí donde las teorías de recepción se solapan y retroalimentan de otros estudios emergentes de los últimos cincuenta años como las teorías del consumo, del ocio, del turismo de masas y de los estudios comparativos. En un sentido específico, los estudios sobre recepción proponen un análisis sobre la lectura, interpretación, apropiación, traducción, representación, uso y abuso de diferentes textos -o artefactos culturales- llevado a cabo por agentes históricos posteriores priorizando así el triángulo escritor - texto - lector (Lopes, 2020, p. 2). Si bien el significado último se lo da, en gran medida, el agente que lo recibe, es necesario identificar las relaciones de poder al interior de ese diálogo, las formas de reapropiación y los intereses en juego. Es por ello que deberíamos hablar de recepciones, ya que no es un fenómeno estanco y monolítico sino más bien dinámico. En el caso del material antiguo, muchas veces se utilizó como herramienta de legitimación y superioridad sociocultural de los poderes modernos.

La fascinación por el Egipto antiguo en sus múltiples formas es un aspecto recurrente en la cultura popular occidental. Esta forma específica de relacionarse, consumir, reapropiar, reescribir, dominar y resignificar a la antigüedad faraónica está completamente atravesada por un discurso orientalista. La categoría de *Orientalismo* propuesta hace más de 40 años (2002 [1978]) por el crítico literario Edward Said sigue siendo una herramienta teórico-metodológica útil para pensar las construcciones y representaciones que se han hecho en torno al mundo del Egipto antiguo, intrínsecamente relacionadas a nociones estereotipadas y generalmente negativas de estas sociedades. En palabras de Said, “Oriente era casi una invención europea y, desde la antigüedad, había sido escenario de romances, seres exóticos, recuerdos, paisajes inolvidables y experiencias extraordinarias” (p.19). Este se construyó desde y por oposición a Occidente, o como menciona Z. Bahrani (2001), se instaló como un *espejo invertido*. Por tanto, “Oriente ha servido para que Europa se defina en contraposición a su imagen, su idea, su personalidad y su experiencia” (p. 20). Oriente, en el sentido más saidiano, se constituye como un discurso, siguiendo a Foucault, y más específicamente, como un discurso sobre la alteridad, capaz de manipular e incluso de dirigir la tradición cultural. Hablar de *Orientalismo*, si bien

Said no da una definición específica, es entenderlo como un complejo aparato de ideas “orientales” (despotismo, esplendor, crueldad, sensualidad) y de una *relación de poder específica*, aquella que mantuvieron a partir del siglo XIX los principales países imperialistas (Gran Bretaña – Francia – EE.UU sobre todo a partir del siglo XX, y en menor medida Alemania, Holanda e Italia) sobre una zona geográficamente determinada. Al ser un discurso sobre la alteridad, el orientalismo es un *discurso hegemónico* y como tal invade todos los aspectos de la vida social, política y cultural de Occidente. En términos más generales, el orientalismo es un medio distintivo para representar la raza, la nacionalidad y la otredad (Bernstein y Studlar, 1997, pp. 3). Su construcción histórica está mediada por Occidente, respetando sus cánones, sus estilos y sobre todo, sus múltiples intereses. Y si bien sus representaciones no son todas ficticias la mayoría de ellas tampoco son ingenuas. En este sentido, dicha categoría nos permite reflexionar sobre estas construcciones y problematizarlas. Si bien, no utilizaremos a lo largo de este trabajo el concepto de “exotismo” propuesto por Bohrer (2001), si consideramos que el enfoque no solo debe estar puesto en los “medios artísticos tradicionales” como la pintura, sino “situarlo en un ámbito más amplio de la teoría cultural”. Por último, es necesario entender esta categoría en un sentido amplio, es decir, incluyendo regiones que representan la orientalidad sin diferenciar demasiado entre “Lejano” y “Cercano” Oriente (incluyendo así zonas de África, Japón y Turquía).

Es nuestro objetivo en el presente trabajo identificar cómo a lo largo del siglo XIX las guías de turismo, en específico las publicadas por la editorial inglesa John Murray, se convirtieron en dispositivos culturales orientalistas y difusoras masivas³, no solo de una fascinación por el antiguo Egipto, sino también como las primeras y principales herramientas de divulgación del discurso egiptológico. Ahora bien, debemos pensar ¿por qué estas guías turísticas son masivas sí, en principio, son complementos del turismo colonial que, en definitiva, no deja de ser una industria acotada hasta por lo menos el periodo de posguerra? Los *guidebooks*, si bien están destinados a un público específico capaz de costear un viaje de este estilo, en tanto producto impreso logra trascender su finalidad primaria para configurarse como un artefacto que genera status dentro de la sociedad inglesa letrada. En este sentido, Beatriz Sarlo (1985) ha demostrado cómo la materialidad del dispositivo y la disposición interna del mismo, sobre todo en aquellos de tipo impreso, circulan y van construyendo su

³ Según nuestra lectura, los *guidebooks* forman parte de lo que Matias Alderete (2020), siguiendo a Beatriz Sarlo (1985), denomina como “dispositivos democratizadores” (libros baratos, prensa periódica e ilustrada, productos de consumo, espectáculos, entre otros) ya que hacen circular representaciones en un amplio espectro social, no delimitado socialmente por la pertenencia de la clase.

propio lector mientras funcionan como formadores activos de fantasías sociales (Sarlo, 1985, 38). Dentro de estas guías se entremezclan múltiples experiencias y construcciones sobre el Egipto faraónico -y también moderno- ya que conviven en su interior nociones científicas, orientalistas, nacionalistas y colonialistas, al mismo tiempo que reapropiaciones o, en términos de De Certeau, *reempleos* que se generan cuando “los individuos ejercen su libertad y seleccionan qué comprar y cómo usarlo, de modo que, al combinar su compra con otros objetos adaptan y personalizan sus adquisiciones” (Burke, 2019, pp. 93). Son, en términos de M. C. Pantoja (2020), “objetos híbridos” productores y reproductores de tópicos identitarios locales. Dicho de otra forma, las guías turísticas son dispositivos culturales que cuestan clasificar por su versatilidad polifacética. En ellas encontramos mapas, ilustraciones, publicidades, recomendaciones, conocimientos científicos, descripciones, tarifas y un sin fin de datos prácticos. Son un compendio de información que se destaca por su carácter “multi-oferente”.

Las guías turísticas -sobre todo las de tipo *handbook*- responden claramente a lo que Sarlo (1985) llama “ilusiones culturales de un público ampliado” capaces de circular sin “esfuerzos intelectuales o económicos descomunales” (p. 46). Pese a ello, este fenómeno es indisociable de condiciones económicas y sociales generales, como por ejemplo procesos de institucionalización, ampliación de la escolaridad, impulso de la industrialización y crecimiento comercial, que son palpables en la sociedad victoriana inglesa del siglo XIX. (Sarlo, 1985; Szir, 2016).

He aquí nuestra primera certeza metodológica, consideramos a las guías turísticas como un dispositivo cultural, en los términos que lo hace M. Foucault, entendido como un conjunto heterogéneo que implica discursos, instituciones, leyes, enunciados científicos y demás, ligados a una función esencialmente estratégica en un momento histórico determinado, pero siempre atravesado por relaciones de poder (Agamben, 2015). En palabras de G. Agamben (2015) “parece remitir a un conjunto de prácticas y mecanismos (invariablemente discursivos y no discursivos, jurídicos, técnicos y militares) que tienen por objetivo enfrentar una urgencia para obtener un efecto más o menos inmediato” (Agamben, 2015, p. 13). A su vez, estos dispositivos implican siempre un proceso de subjetivación, es decir, producen un sujeto. En definitiva, el concepto de dispositivo nos sirve para problematizar las guías turísticas entendidas como un conjunto de praxis, de saberes, de medidas y de instituciones cuya meta es gestionar, gobernar, controlar y orientar –en un sentido que se quiere útil– los comportamientos, los gestos y los pensamientos de los hombres. ¿Esto quiere decir que siempre

lo logran? De ninguna manera. Las tensiones entre las relaciones de poder dentro de los mismos dispositivos incluye la agencia de los receptores, entendidos como sujetos activos, que muchas veces configuran “contradispositivos” logrando procesos de desubjetivación.

Egiptomanía, turismo y complementos

En un libro ya indispensable para pensar la relación entre la egiptomanía⁴ y la cultura popular, R. Fritze (2016), sostiene que la economía egipcia fue beneficiada por el auge de esta fascinación por lo egipcio en forma de turismo (p. 16). Antes de 1798 el viaje a Egipto estaba reservado para mercaderes y diplomáticos debido a que el viaje era costoso, incómodo y peligroso. Por otro lado, el Imperio Otomano no recibía occidentales y los musulmanes solían ser hostiles con visitantes indeseados. Luego de la expedición napoleónica la situación dio un giro trascendental, el Pasha Muhammad Ali, más aperturista, inició un proceso de occidentalización que tuvo su punto culmine con la inauguración del Canal de Suez en 1869. Las incipientes formas de turismo colonial fueron la punta de lanza de la penetración cultural en Egipto. Sin embargo, no fueron los egipcios los únicos “beneficiados”. Ingleses, alemanes, y en menor medida, franceses y norteamericanos profundizaron o expandieron su control comercial sobre dicho turismo. La Inglaterra victoriana (1837- 1901) experimentó durante la segunda mitad del siglo XIX la transformación del *Grand Tour*, una forma de turismo primario “romántico” y elitista que solía durar meses o incluso años⁵, en turismo popular ocioso impulsado por el aumento en los ingresos per cápita de la clase media británica, los avances tecnológicos -sobre todo aquellos ligados con más eficaces y eficientes *steamers*⁶- y, sobre todo, gracias a una invención revolucionaria, los “paquetes turísticos” lanzados por la compañía Thomas Cook. Waleed Hazbun (2007) sostiene que esto generó el nacimiento del “turismo organizado” ya que T. Cook “logró crear una nueva mercancía a través de organizar el consumo y no la producción” (p. 5). Así, el *Grand Tour* de aristócratas eduardianos cedió ante una especie de “turismo industrial” que bajo nuestra lente, no es otra cosa que una fase superior del turismo colonial-imperial presente ya desde las postrimerías del siglo XIX. En este

⁴ La “egiptomanía” vendría a representar todo ese conocimiento del Egipto antiguo que no tiene la misma pretensión de científicidad. En términos de Moreno García (2015) “es la visión moderna de los no egiptólogos sobre el Antiguo Egipto” (p. 138). La fascinación por la cultura egipcia ha sido una constante en el gusto europeo desde la antigüedad, pudiéndose ver la influencia egipcianizante en las artes o la arquitectura (Curl, 2005).

⁵ Los viajes románticos al Oriente se vuelven una obligación para la alta burguesía, que veían en esta peregrinación y estancia una forma de conectar con una verdad trascendental distanciándose del viaje Ilustrado, descriptivo, ávido de conocimiento y clasificador de la alteridad. Son a su vez, un elemento distintivo de la élite romántica. (Alderete, 2014, pp. 114-115).

⁶ Barcos a vapor.

sentido el poder colonial occidental transformó Egipto, su sociedad y economía para hacerla gobernable, accesible e inteligible para los europeos y otros. Esta nueva fase turística se caracteriza por una fuerte mecanización del viaje, ahora más cómodo, rápido y barato aislando al turista de las cargas y riesgos de la economía local como, por ejemplo, confiar en un guía⁷ (Hazbun, 2007, p. 6).

Esta nueva forma de experimentar tangiblemente la fantasía egipcia para la clase acomodada británica es deudora de los reconocidos diarios de viajes o literatura de viajes, tan populares hacia finales del siglo XVIII y principios del siglo XIX. Con anterioridad a las modas académicas del siglo XIX, se reconoce un interés previo por Oriente, sobre todo por los denominados viajeros románticos⁸. Este tipo de viaje romántico está atravesado por las experiencias, emociones y vivencias del sujeto en su encuentro con el exotismo, que se constituye como esa atracción misteriosa por la alteridad. A diferencia del viaje imperial, el viaje romántico persigue fines literarios y no geopolíticos ya que implica una poética del viaje (Soriano Nieto, 2009). En palabras de Leila Salem (2018), la descripción en esta literatura de viajes “queda subordinada entonces a la experiencia del viaje como la comprobación o verificación de un hecho concreto, en este caso la experiencia de lo oriental” (Salem, 2018, p. 7). Sin embargo, la admiración y fascinación por Egipto es claramente anterior a la ocupación y apropiación imperialista de los siglos XIX y comienzos del XX. En consonancia, A. Brill (2018) remarca como durante este período, Oriente se convierte en un tema de importante reclamo y notable fortuna en el mundo literario británico. Siguiendo a estos autores, la profesionalización de la egiptología acaecida luego de la expedición Napoleónica y el desciframiento de los jeroglíficos por Champollion en 1822 le puso un límite a las especulaciones y fantasías que se habían dado en torno a la interpretación de la historia del Egipto faraónico, pero no finalizó con ella, la intensificación de la egiptomanía y los inicios de

⁷ Un *dragoman* (del árabe *tarjuman*) en el Egipto del siglo XIX era esencialmente una combinación de agente de viajes y guía turístico. Organizaban viajes por el Nilo y otras zonas y, una vez contratados, cubrían todos los gastos ellos mismo mientras lideran el viaje.

⁸ Los viajes de europeos -y americanos- a Egipto ha sido un tema recurrente de la literatura y también una de las formas de conocer el Egipto faraónico “preferida” por Occidente. Para un estado de la cuestión, BRILL, A. (2018). *El viaje a Oriente*. Madrid: Antonio Machado Libros; TABOADA, H. (1998). Un orientalismo periférico: viajeros latinoamericanos (1786-1920). *Estudios de Asia y África* 106, XXXIII (2), pp. 285-305; DOMÍNGUEZ MONEDERO, A. (2001). El viaje a Egipto, entre el discurso orientalista y el conocimiento científico. *Isimu. Estudios Interdisciplinarios sobre Oriente Antiguo y Egipto II* (vol I), pp. 183-196; SALEM, L. (2018). El orientalismo en tensión. *Lecturas sobre Egipto en los relatos de viaje a finales del siglo XIX en Argentina*. *Revista de Historia Americana y Argentina* 53 (2), 39-81.

la Egiptología, se confundieron. Dicha confusión queda marcada explícitamente en las guías turísticas.

Los viajes de ocio a Egipto se convirtieron así en una importante empresa económica que prosperó en consonancia con el auge de la egiptología y dependiente del colonialismo británico. Los primeros egiptólogos no se encontraban por fuera de esta fascinación anclada en el más “rancio empirismo decimonónico” (Moreno, 2015). Otros autores como M. Rice y S. MacDonald (2009) retoman los postulados de Carl Jung y Sigmund Freud para sostener que a través de la *inconsciencia colectiva* el Egipto faraónico fue una imagen persistente basada en arquetipos y mitos. En consonancia, J. C. Moreno García (2015) utiliza los conceptos de “mito tenaz” y “ciencia maldita” ya que a pesar de los descubrimientos arqueológicos el interés egiptomaniaco continúa atrayendo a las masas en detrimento del conocimiento científico. Sin embargo, según nuestro análisis de las guías, la egiptología y la egiptomanía se vuelven un complejo indisoluble que debe leerse en constante diálogo y retroalimentación.

ESTABLISHED 1884.
THE ORIGINAL GUIDE & TRAVELLERS' DEPÔT,
AND
Passport and Couriers' Agency,
LEE & CARTER,
440, WEST STRAND, LONDON
(Nearly opposite the Charing Cross Hotel).



KNAPSACKS OF ALL PATTERNS.
STIFF OR LIMB.

PORTMANTEAUX OF ALL PATTERNS.

BAGS OF ALL KINDS.

Intending Tourists are respectfully invited to visit this Establishment before making purchases for their journey.

AN EXTENSIVE STOCK OF TRAVELLERS' REQUISITES TO SELECT FROM.

LISTS GRATIS.

COURIERS, DRAGOMEN,
AND
TRAVELLING SERVANTS
of good character and experience, speaking European and Eastern Languages, can be engaged at the above Establishment.

Also Passports and Visas obtained. Passports mounted on Linen and put in Cases, with Name printed outside.

440. WEST STRAND.

Promoción de equipajes y dragomen en *A Handbook For Travellers in Lower and Upper Egypt* (1880, vol. 2, p.12 advertiser section)

Egipto se convirtió en objeto de consumo exótico y había ocupado en el imaginario occidental el papel de “*lost paradise*” con graves consecuencias en la maduración de la egiptología moderna. Como remarca H. Whitehouse (2006), la corriente del pensamiento

orientalista se prolongó en Egipto durante el siglo XIX, y se manifestó tanto en “aproximaciones mentales como en obras de arte y literatura que mezclan lo antiguo y lo moderno en una imagen pintoresca de Egipto que producía excitación y repulsión a la vez” (Whitehouse, 2006, p. 2) Esta percepción mixta también operaba, indudablemente, en el nivel popular del turismo. Timothy Mitchell (1991) utiliza el concepto de “*World as an exhibition*” -que luego va a retomar Hazbun y que sostenemos nosotros mismo a lo largo de este trabajo- para explicar el auge de la egiptomanía victoriana. Muchos europeos y americanos comenzaron a viajar a Egipto en el siglo XIX como si fuera una exposición similar a las que podían haber visitado en ferias mundiales de Londres, París o Chicago. Como señala Frietze (2016), en estos años:

World’s Fairs became popular forms of entertainment as well as being showcases of industrial and technological prestige and imperial display. They were also significant purveyors of Egyptomaniac delights (p.12).

Londres fue sede de la primera feria mundial en 1851 conocida como “Great Exhibition” que tuvo lugar en Hyde Park. Por otro lado, las *Expositions Universelles* de 1867 y 1900 “portrayed French colonies and faraway lands, particularly Egypt, as exotic and mysterious” (Rice, 2009, p. 166). Pese a esto, debemos considerar que hubo un momento en que la experiencia faraónica debía superar los espacios delimitados y es ahí donde la fantasía cobra un nuevo impulso. En palabras de Moreno García (2015), cuando no bastó la carrera por las antigüedades y la teatralización de lo egipcio, las potencias, en especial Gran Bretaña se lanzaron a la conquista del espacio (p. 15). La experiencia egipcia debía ser tangible, territorialmente posible, conquistable. El encanto debía abandonar lo fugaz, lo pasajero y convertirse en experiencia vivida. Egipto pasó de ser una criatura exhibida a una mascota dócil colonizada. Se inauguró así una nueva fase de dominación, un nuevo peldaño de la colonialidad. Egipto es ahora penetrado turísticamente mientras es territorialmente domesticado. A partir de ahora es algo más que una exhibición, es una experiencia de vida, que puede ser sentida, olida, oída, caminada y comprada. Se convierte en un objeto de consumo en todo su esplendor.

Pese a esto, el *choque cultural* no fue bien recibido por los occidentales. Encontraban que el Egipto real era un lugar caótico y desordenado. El Cairo no era una urbe moderna con la infraestructura suficiente para recibir grandes contingentes de personas. Los hoteles no eran más que un puñado de edificios de mala calidad. Las rutas y formas de transporte eran muy rústicas y los egipcios modernos, según los primeros viajeros, no tienen ningún respeto por sus

antepasados. A los nuevos visitantes les costaba aislarse para lograr un “panorama” (“*vintage point*”) que les permitiera conectarse con ese paraíso perdido exótico y sagrado, que no deja de ser en gran medida, aquello que Said denomina una “geografía imaginada”. Es allí donde las guías adquieren su rol determinante y la razón por la cual se configuran como una fuente esencial en el análisis histórico entre el turismo, la recepción y los inicios de la egiptología.

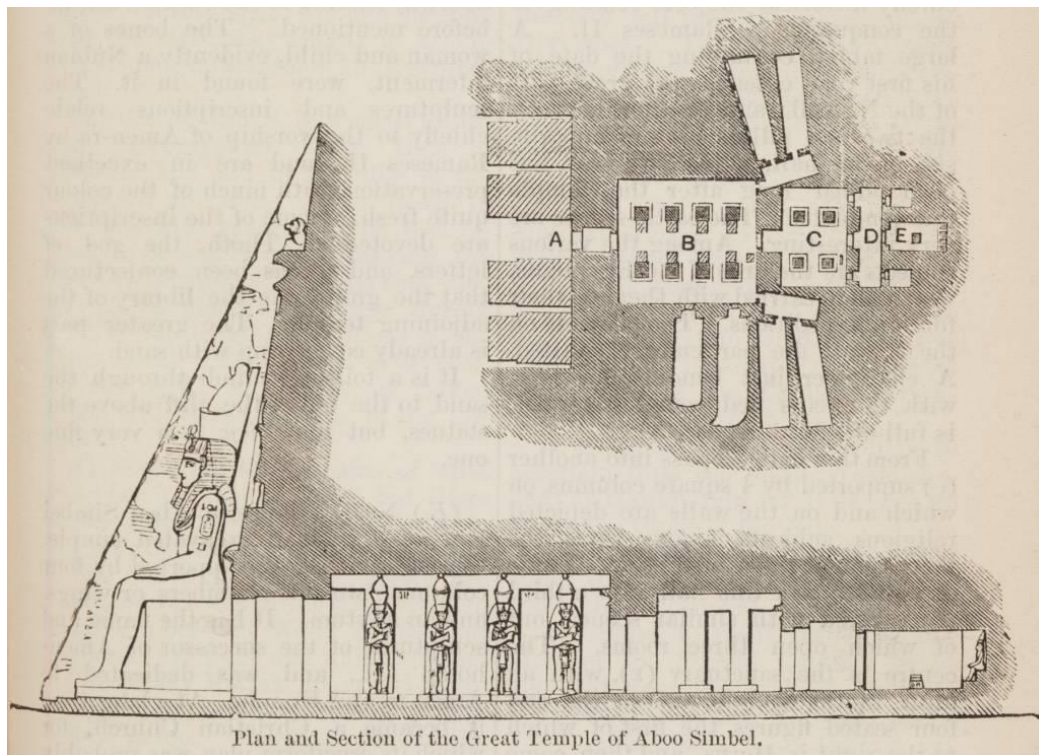
Guía turística: Un dispositivo multifacético

Los *guidebooks* son materiales escritos que tenían la intención de proporcionar al viajero toda la información necesaria, señalando los lugares más interesantes y la mejor manera de llegar a ellos, con el objetivo de que la experiencia de viaje sea lo más autónoma posible y prescindiera de los servicios de guía. Estas guías sirvieron para estandarizar los viajes de la clase media metropolitana inglesa, ya que racionalizó, clasificó y legitimó la experiencia por vivir, incluyendo la anticipación, percepción y memoria de viaje. Su estrecha interrelación con los usos que le dió la clase media hacen de la guía, como sostiene Jan Palmowsky (2002), una fuente histórica única, valiosa y, al mismo tiempo, descuidada. En ese sentido, las clases medias y el propio dispositivo se influyen mutuamente. En cuanto a su análisis, es necesario considerar no solo su contenido textual, sino sus lógicas de consumo, entendiendo que consumir, como plantea Inés Pérez (2015), excede la acción instrumental de satisfacer una necesidad, e implica también la construcción de identidades sociales, así como la búsqueda de pertenencia y de distinción social (p. 100). Dicho esto, sostenemos que las guías de turismo presentan una doble lógica de consumo, por un lado, un consumo textual -incluso científico⁹- y por otro lado, un consumo experimental. Ese consumo, en principio orientado hacia la clase media británica, se convierte en masivo y heterogéneo cuando vemos las continuas reediciones que lanzan al mercado las diferentes editoriales.

Siguiendo los postulados de Michael Saler y Joseph Landy (2006; 2009) en relación al “encanto orientalista”, sostenemos que el Oriente que aparece en los *guidebooks* permite constituir una imagen de lo oriental signada por la fantasía y la magia, el misterio y la sensualidad. Para ellos, “Oriente” es un objeto de consumo y como tal, no puede quedar

⁹ Como bien señala Alderete (2002) el orientalismo también tiene pretensión de cientificidad. Durante el siglo XIX surgirá una tradición académica, donde el orientalismo se transformara en una ciencia para estudiar sistemáticamente el Oriente, apareciendo la figura del orientalista profesional. Esta ciencia orientalista produjo conocimiento para justificar la expansión colonial e imperialista (p. 110)

relegado a una esfera estrictamente intelectual y aristocratizante, sino que queda inserto en la incipiente sociedad de masas, haciéndose presente un Oriente polifacético.



Plano del templo de Abu Simbel en *A Handbook For Travellers in Lower and Upper Egypt* (1880, vol. 1, p. 547)

El crecimiento de los viajeros durante las décadas de 1850 y 1860 se refleja directamente en la proliferación de guías. Las primeras y más prominentes, tanto para Egipto y Próximo Oriente como para Europa, fueron la inglesa lanzada por la editorial John Murray y la guía alemana de Karl Baedeker. A su vez, los primeros manuales producidos para ayudar a los viajeros fueron obras escritas por referentes de la egiptología naciente: John G. Wilkinson (1797-1875), Edward W. Lane (1801-1876) y Mary Brodick (1858-1933) en Gran Bretaña y Karl R. Lepsius (1810-1884) en Alemania, todos colaboradores de John Murray y Karl Baedeker en las diferentes ediciones de los *guidebooks* en sus versiones inglesa y alemana.

John G Wilkinson es considerado por muchos “el padre de la egiptología británica”, llegó a Egipto en 1821 y permaneció 12 años, logrando viajar por todo el país, haciendo dos veces el viaje Nilo arriba hasta Nubia. Estudió copto y jeroglífico, aunque nunca se convirtió en un experto. Regresó a Inglaterra en 1833 y publicó una serie de libros que impactaron en el

público inglés. El más impactante fue *Manners and Customs of the Ancient Egyptians*, publicado por la editorial John Murray en una serie de tres volúmenes durante 1837 y fue reeditado en múltiples oportunidades, convirtiéndose rápidamente en una obra canónica sobre la cultura y la historia del Antiguo Egipto¹⁰. En 1842 Wilkinson volvió a Egipto y por pedido John Murray escribió y publicó un año después *Modern Egypt and Thebes: being a description of Egypt; including the information required for travellers in that country* (1843) que rápidamente se convirtió en *Wilkinson's Handbook for travellers in Egypt* (1847). El prefacio de la 4ta edición (1873) de esta última establece textualmente:

“The original Handbook for Egypt was a reprint of Sir Gardner Wilkinson's learned and exhaustive work, 'Modern Egypt and Thebes,' corrected and revised by the erudite author himself, so as to meet as far as possible the requirements of a guide book. A few additions and corrections were subsequently made from time to time, but substantially the Handbook remained the same as when it was first published”

La edición de 1880, en consonancia, reza en su introducción:

“The original Handbook was a reprint of the late Sir Gardner Wilkinson's learned work, “Modern Egypt and Thebes” corrected and revised by the erudite author himself, so as to meet, as far as possible, the requirements of a guide-book. A few additions and corrections were subsequently made from time to time, but substantially the Handbook remained the same as when it was first published until 1873, when a thorough revision, and even re-casting of the work became necessary”

¹⁰ Tal fue el impacto de la obra de J.G. Wilkinson que le valió el título en Caballero Real.



Sir John Gardner Wilkinson (1797-1875), aged 46, in Turkish Dress. óleo sobre tela por Henry W. Phillips (1844).

Se inauguró así una serie de *guidebooks* de la editorial británica que con algunas modificaciones -sobre todo con respecto a alojamientos, tarifas y descubrimientos- se mantuvo inalterable hasta finales del siglo XIX. Esta repetición, es lo que E. Said ha denominado el “carácter citatorio” del orientalismo. En palabras de Frietze (2016), al momento de su muerte en 1875, Wilkinson había sentado las bases de la Egiptología como disciplina académica formal en Gran Bretaña y proporcionó al público una “imagen precisa y actualizada del Antiguo Egipto basada en los descubrimientos” (Frietze, 2016, pp. 208-209). Pero como demuestra David Bruce (2010) las guías Murray van a empezar a perder terreno ante las Baedekers a partir de la segunda mitad del siglo XIX debido a que estas últimas lograron un diseño más pequeño -de tipo *handbook*-, con hojas de un papel más fino (biblia) y letra más pequeña. Su contenido por otro lado, respetaba una fórmula preestablecida en todas sus ediciones y versiones -un prefacio, una introducción, un sección con comentaristas especializados en la región, mapas actualizados y un índice completo- lo cual hacía de esta guía una opción más cómoda y fácil de entender.

CAIRO, EGYPT.
ORIENTAL HOTEL.


THIS First-Class Hotel is situate on the Grand Place of the Leobekies Garden, in the centre of the town. Near the Post and Telegraph Offices, and the Grand Opera. Contains all the comforts of the best European Hotels. Large and small Apartments; recommends itself to travellers for its good Cuisine and excellence of its service.

PENSION FROM 10 TO 12 SHILLINGS PER DAY,
 including
 Morning—Café au lait, Tea, or Chocolate. Eggs, Cold Meat, Butter, and Confitures.
 Mid-day—Breakfast à la Fourchette. Dinner at 7 o'clock.

OMNIBUS AT ALL THE TRAINS.
Interpreters for all Languages.
READING ROOM. SMOKING ROOM.
NATIVE AND FOREIGN NEWSPAPERS.
HOT, COLD, AND DOUCHE BATHS.
FORTUNE BREWER, Manager.
TH. ZIGADA, Proprietor.

CAIRO (Egypt).
ROYAL HOTEL.
BOULEVARD ESBEKIEH.

FIRST-CLASS HOTEL.



BEST FRENCH CUISINE.

READING, SMOKING, AND BILLIARD ROOMS.
BATHS, AND HYDROPATHIC DOUCHE.
 Fine Garden leading up to the Hotel. An Omnibus to meet all Trains.
J. ROMAND, Proprietor.

Promoción y descripción mínima de hoteles en El Cairo. *A Handbook For Travellers in Lower and Upper Egypt* (1880, vol. 2, p.17 advertiser section)

Uno de los medios fundamentales para la difusión científica de la egiptología desde sus inicios fueron los *guidebooks*. En sus páginas, sobre todo en las versiones inglesas y alemanas, encontramos incontables ejemplos de egiptólogos, curadores, orientalistas y arqueólogos deseosos de mostrar sus trabajos y descubrimientos. Un claro ejemplo lo vemos en la versión de 1973 del *Handbook for travellers in Egypt* de Murray:

“The name of M. Mariette, the learned and indefatigable conservator of the Museum of Egyptian Antiquities at Cairo, and the director of all discoveries and excavations in Egypt, will be found constantly occurring in the pages of the Handbook. Most of the information respecting the new and interesting discoveries which have thrown so much fresh light on Egyptian history...”

En consonancia, en la edición de 1880 se lee:

“The Editor has again to repeat his acknowledgments to those gentlemen whose names have been already mentioned in the last two editions, especially to M. Mariette, Dr. Grant, and Mr. Greville Chester”

Cada uno de ellos, eminencias dentro del campo de la egiptología. Las guías de turismo están plagadas de estos ejemplos que demuestran la conexión íntima entre estos dispositivos y su rol como divulgadores de las novedades científicas acaecidas en Egipto. El público estaba familiarizado con una imagen mental de lo que debía ser Egipto sustentado sobre un discurso orientalista y colonial, que durante años lo había dominado, ilustrado, expoliado y visitado. El lector llega a esta *geografía imaginaria* a través de los códigos que marca el orientalismo, el cual se remite a sí mismo de forma repetitiva y sin necesidad de contrastar o corregir con las fuentes originales, ya que lo que prevalece es la visión orientalista anti-empírica. El Oriente, en palabras de T. Mitchell (1991), no deja de ser una representación, y lo que se representa no es un lugar real, sino un conjunto de referencias, un conglomerado de características, que parece tener su origen en una cita, o en el fragmento de un texto, con un poco de imaginación previa. En definitiva, es una amalgama de todo lo anterior. Oriente no es un lugar, a pesar de la promesa de la exposición, sino una serie de representaciones cada una de las cuales reafirman la realidad de Oriente, pero no hace más que remitir a todas las demás. Es la cadena de referencias la que produce el efecto del lugar. Dicha mirada se convierte en el conocimiento institucionalizado e impuesto, cada vez más totalizador y esquemático. En este sentido, el proceso de homogeneización se realiza siempre en beneficio de la propia cultura occidental, aunque, a veces, se piense que también se hace por el bien de los propios "orientales". Los itinerarios de viaje, no solo repiten sin grandes variantes los mismos recorridos utilizados por los viajeros del *Grand Tour* sino que tienen por objetivo “el deseo de identificar los signos ya definidos del exotismo como exóticos”. Dicho de otra forma, los *guidebooks* son dispositivos culturales preestablecidos que combinan y comunican conocimientos científicos, pseudocientíficos, estéticos, morales y prácticos que se retroalimentan dando como resultado un producto multifacético, capaz de contener los últimos descubrimientos de la arqueología faraónica junto con las descripciones detalladas de cómo acceder a ruinas y templos sin la necesidad de contratar a “inescrupulosos y poco confiables” guías. Como bien remarca Domínguez Monedero (2001), “el auge de una Egiptomanía anclada en viejos tópicos inundados no ya de un prurito anticuarista sino, incluso, de aproximaciones colonialistas, coexiste con la Egiptología de raíz histórica y arqueológica”. Las guías son el artefacto cultural donde esa coexistencia se vuelve explícita.

Guías y Egiptología

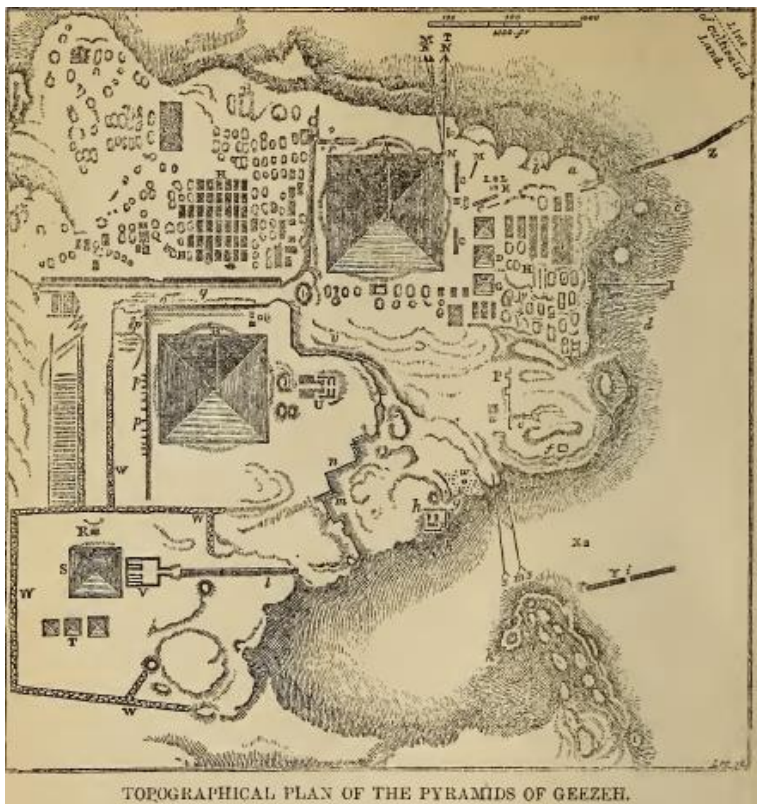
Derek Gregory (2000) enfatiza esta conexión entre lectura y turismo. Sostiene que *travelogues*, *guidebooks* e imágenes definieron los itinerarios y los modos de hacer turismo. Egipto es entendido para este autor como un texto o serie de textos a través de los cuales los viajes se convirtieron en un proyecto hermenéutico y donde operan microprácticas de agentes diversos, desde comerciantes y guías, hasta arqueólogos y empresas de turismo. Sostiene que a través de estas se transformó y colonizó la sociedad, la cultura y economía egipcia en su intento de construir un orden social legible, accesible e inteligible para los visitantes. (Gregory, 2000, p 114-115). Los *guidebooks* establecen no solo que es lo que debe verse sino como debe verse y apreciarse. A su vez, son dispositivos que representan un espacio específico. En ese sentido, como señala Susana Murphy (2021), las representaciones del espacio “son un instrumento esencial de ejercicio del poder dado que el que ejerce el poder debe poseer una representación global y precisa del territorio que domina, de sus estructuras espaciales internas y de los Estados que lo rodean” (Murphy, 2021, p. 8).

Estas guías están plagadas de representaciones. La edición de 1873 dividida en dos volúmenes, incluye un prefacio, una introducción -sobre la mejor época para viajar hacia Egipto, cuestiones relativas al viaje desde Inglaterra hasta Alexandria y demás- luego una sección dedicada a Egipto -donde encontramos recomendaciones sobre el clima, la ropa y formas de vestir, medicina, tratamientos y cuidados alimenticios, política, aduanas, demografía, pesos y medidas, un diccionario y una lista cronológica detallada de dinastías y reyes faraónicos- luego encontramos secciones enteras dedicadas a Alejandría, El Cairo, Tebas y Nubia, más una sección adicional dedicada a los viajes por el Nilo -estas incluyen descripciones de los más variopintos que incluyen historia, cultura, rutas, topografía, bares, museos, ruinas, templos, mezquitas, tumbas, cementerios y una larga lista de etcéteras-.

En general las guías Murray son extensos textos de tapa dura y hojas de gran calidad con pocas ilustraciones y algunos mapas. Por el contrario, se caracterizan por tener grandes descripciones escritas colmadas de detalles pintorescos que se perciben como útiles. Las fuentes van desde clásicas (Heródoto, Diodoro, Tácito) hasta arqueológicas. Por ejemplo, en el pasaje dedicado a las Pirámides de Giza el *handbook* Murray reza:

“Modern research has decided that the Cheops of Herodotus is identical with the Suphis of Manetho, and the Shoofoo of the Tablets of Abydos and Sakkaiak, the 3rd King of the IVth

dynasty, reigning at Memphis some time between 1235 B.C and 2150 B.C., according to the system of chronology adopted”



Representación de las pirámides de Giza en *Murray's Handbook for travellers in Egypt* (1873, p. 178)

Conclusión

Todos estos elementos internos presentes en los *guidebooks* los hacen una fuente histórica fundamental para entender las representaciones creadas en torno al mundo del egipcio antiguo. Su masividad y extensión en el tiempo demuestran una profunda utilidad y resignificación. Su estudio debe enmarcarse en un análisis que incluya diferentes perspectivas teóricas y metodológicas, incluyendo estudios sobre el consumo, el ocio, el turismo y la recepción. La categoría de orientalismo atraviesa toda nuestra propuesta, apoyándose en el concepto foucaultiano de dispositivo que nos permiten ver en las guías un complejo entramado de relaciones de poder e intereses contrapuestos. Con esto intentamos dar los primeros pasos para pensar las guías turísticas como espacios donde coexisten discursos científicos propios de la disciplina egiptológica naciente, pero también nociones colonialistas y una fascinación por lo egipcio que no tiene miras en agotarse.

Bibliografía

AGAMBEN, G. (2015). ¿Qué es un dispositivo? En *¿Qué es un dispositivo? Seguido de El Amigo y de La Iglesia y el Reino*. Barcelona: Anagrama.

ALDERETE, M. (2014). Asiriología y Orientalismo. La construcción imperial de una antigüedad. *Pasado Por-venir* 8 (10), 105-128.

ALDERETE, M. (2018). “Desenterrando el pasado. Reflexiones historiográficas en torno a la asiriología y el orientalismo”, en M. Aldón (Ed.), *Oriente-Occidente. Transferencias culturales en la cuenca mediterránea II*, Córdoba, UCO Press.

ALDERETE, M. (2020). *El encanto de Tutankhamón. La egiptomanía en la prensa porteña (1923-1925)*. Tesis de Magistratura. UNGS.

BAHRANI, Z. (2001). *Women of Babylon*. Nueva York/Londres. Routledge.

BERNSTEIN, M., y STUDLAR, G. (comp.) (1997). *Visions of the East: Orientalism in film*. Londres: I. B.Tauris.

BOHRER, F. (2001). *Orientalism and visual culture. Imagining Mesopotamia in Nineteenth-Century Europe*. Cambridge University Press, pp. 1-41.

BRILLI, A. (2018). *El viaje a Oriente*. Madrid: Antonio Machado Libros.

BRUCE, D.M. (2010). *Baedeker: the Perceived 'Inventor' of the Formal Guidebook - a Bible for Travellers in the 19th Century* en BUTLER, R.W., y RUSSELL, R.,(edits). *Giants of tourism*. London. CABI International.

BURKE, P. (2019). Historia y teoría de la recepción. *Políticas de la memoria* 19, pp. 91-102.

CURL, J. S. (2001 [1994]). *Egyptomania. The Egyptian Revival: A Recurring Theme in the History of Taste*. Manchester y Nueva York: Manchester University Press.

DE CERTEAU, M. (1980). *L'invention du quotidien*. Paris. Union Générale d'Éditions.

DOMÍNGUEZ MONEDERO, A. (2001). El viaje a Egipto, entre el discurso orientalista y el conocimiento científico. *Isimu. Estudios Interdisciplinarios sobre Oriente Antiguo y Egipto II (vol I)*, pp. 183-196.

FRITZE, R. (2016). *Egyptomania. A History of Fascination, Obsession and Fantasy*. Londres: Reaktion Books.

HAZBUN, W. (2007) *The East as an Exhibit Thomas Cook and Son and the Origins of the International Tourism Industry in Egypt* en SCRANTON, P., y DAVIDSON J.F. (edits). *The Business of Tourism: Place, Faith, and History*. Philadelphia. University of Pennsylvania Press.

KOSHAR, R. (2002). *Seeing, Traveling, and Consuming: An Introduction* en KOSHAR, R., (edit). *Histories of Leisure*. Oxford. Oxford International Publishers Ltd.

MITCHELL, T. (1991). *Colonising Egypt*. Berkeley and Los Angeles. University of California Press, Ltd.

MICHALOWSKY, P, (1984). “Mental Maps and Ideology: Reflections on Subartu” en H. Weiss (ed.) *The Origins of Cities in Dry-Farming Syria and Mesopotamia in the Third Millennium B.C*, Connecticut, Four Quarters Publishing. (Traducción)

MORENO GARCIA, J. C (2015). *Un mito tenaz: el Egipto antiguo o el paraíso perdido en la obra de los egiptólogos de finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX*. En R. Da Riva y J. Vidal (Eds). *Descubriendo el Antiguo Oriente. Pioneros y arqueólogos de Mesopotamia y Egipto a finales del siglo XIX y principios del siglo XX* (pp. 103-122). Barcelona: Bellaterra.

MURPHY, S., *Cartografía y poder en los estudios de Oriente-Occidente*. FFyL. IHAO, UBA.

PALMOWSKY, J. (2002). *Travels with Baedeker: The Guidebook and the Middle Classes in Victorian and Edwardian England* en KOSHAR, R., (edit). *Histories of Leisure*. Oxford. Oxford International Publishers Ltd.

PÉREZ, I. (2015). *Apuntes para el estudio del consumo en clave histórica*. Avances del Cesor V (13), pp. 97-106.

RICE, M. y MACDONALD S., (2009). *Consuming Ancient Egypt*. Walnut Creek, California. Left Coast Press, Inc.

SAID, E. (2002 [1978]) *Orientalismo*. Buenos Aires: De Bolsillo.

SALER, M., y LANDY, J. (2009). Introduction: The Varieties of Modern Enchantment. En M. Saler y J. Landy (Ed.), *The Re-Enchantment of the World: Secular Magic in a Rational Age* (pp. 1-19). Stanford, CA: Stanford University Press.

SARLO, B. (2011 [1985]). *El imperio de los sentimientos. Narraciones de circulación periódica en la Argentina*. Buenos Aires: Siglo XXI.

SORIANO NIETO, N. (2009). Romanticismo y Oriente en Gustave Flaubert. El viaje ético de la estética en *Δαιμόν*. *Revista Internacional de Filosofía*, nº 46.

SZIR, Sandra [Coord.] (2016): *Ilustrar e imprimir. Una historia de la cultura gráfica en Buenos Aires, 1830-1930*, Buenos Aires, Ampersand.

WILKINSON, J. G. (1837). *Manners and Customs of the Ancient Egyptians*. London: J. Murray.

WHITEHOUSE, H., (2006). *Egipto en el pensamiento europeo* en J. Sasson (ed.), *Civilizations of the Ancient Near East*, Peabody, Mass., Hendrickson Publishers, (Traducción)

Fuentes:

A Handbook for travellers in Lower and Upper Egypt (1880). London. John Murray Ltd

Murray's Handbook for travellers in Egypt (1858). London. John Murray Ltd.

Murray's Handbook for travellers in Egypt (1873). London. John Murray Ltd.

WILKINSON, J. G. (1847). *Modern Egypt and Thebes: being a description of Egypt; including the information required for travelers in that country*. London. John Murray Ltd.

