



Si la polémica sobre el capítulo de **MrBeast** que se llama *Exploré templos de 2000 años de antigüedad* lo ha vuelto más famoso en México, las 71 millones de vistas que tenía hasta ayer, y contando, están contribuyendo a que muchos oigan hablar por primera vez de los sitios arqueológicos de Campeche y de Yucatán.

Esta celebridad estadounidense de YouTube es un tipo simpático y carismático que se ha hecho millonario ofreciendo fuertes sumas de dinero a quienes cumplen retos inverosímiles y también promoviendo productos entre su enorme audiencia.

Pero algo no cuadra cuando la gobernadora de Campeche, **Layda Sansores**, salió a declarar que, como no hay dinero público para la promoción turística, ella le está muy agradecida por su episodio sobre los sitios mayas.

Es conocida la afirmación de **Oscar Wilde**, quien dijo que lo peor no es estar en boca de los demás, sino en boca de nadie, y así se entiende la gratitud de la extravagante política.

La historia es muy divertida, son tres amigos y un guía que se internan para conocer el interior de varios sitios arqueológicos mayas, incluyendo espacios que no están abiertos al público.

En la producción no hay interés por compartir siquiera una cápsula de conocimiento, sólo se trata de reírse lo más posible haciéndose bromas y enfrentándose a situaciones riesgosas, como encontrarse con unas tarántulas, un alacrán verde o una colonia de murciélagos que defecan encima de ellos.

También internarse en una cámara donde no hay oxígeno, así es que se requiere de un tanque para salir, literalmente, "airoso".

Además, **MrBeast** es provocador, pues no perdió la oportunidad de presumir que los dejaron entrar a sitios que están cerrados al público o de jugar con una supuesta máscara de jade, que lleva el guía como si fuera una artesanía china.

Una clara ventaja para México de esta forma de promoción es que no le cuesta dinero al erario; mientras que aquella campaña que se llamó *The Royal Tour*, que protagonizó siendo presidente **Felipe Calderón**, hoy convertido en el "enemigo público número uno", comprometió varios millones de dólares.

Además, **MrBeast** es mucho más divertido, pero el concepto de hacerle al *Indiana Jones* no era muy diferente.

*The Royal Tour*, cuyo alcance fue mucho menor, pues hoy se estima que el viaje del *youtuber* podría llegar a 200 millones de vistas, provocó varios problemas, como cuando hubo que cerrar el Sótano de las Golondrinas, pues el entusiasmo de los turistas afectó rápidamente un ecosistema delicado.

Habría que preguntarse qué pasaría si a los viajeros les diera por querer visitar cámaras ceremoniales restringidas, si se ponen a jugar con unos arácnidos o si terminan sufriendo histoplasmosis que se transmite por un hongo que está en las heces de los murciélagos.

Quizá decir esto es ponerse demasiado solemne, pero si el gobierno no está dispuesto en invertir en promoción turística, sí que tiene la obligación de cuidar los sitios arqueológicos y de proteger a los viajeros de riesgos innecesarios.

Adicionalmente, no hay muchos **MrBeast** en el mundo, pero si a gobernantes como **Sansores** les parecen muy bien estas prácticas, también tendrían que reflexionar en cómo articularlas, en su carácter de autoridad, con lo que pueden o no ofrecer los destinos.



La improvisación y el descuido son, como sabemos, el origen de innumerables crisis en el turismo.

En la producción no hay interés por compartir siquiera una cápsula de conocimiento, sólo de reírse.

