



Vol 3, Nº 8 (septiembre/setembro 2010)

LA VISIÓN CONVENCIONAL DEL TURISMO SEGÚN SUS PRIMEROS CODIFICADORES (LOS GRÜNDRISS DE HUNZIKER Y KRAPF, 1942)

Francisco Muñoz de Escalona
Científico titular del CSIC jubilado
mescalafuen@telefonica.net

0. Presentación

Ya me he referido en un trabajo anterior, publicado en esta misma revista, al feliz hallazgo en un anticuario de Logroño (España) de una traducción al castellano de la obra de Hunziker y Krapf a la que dedico este nuevo trabajo. El proyecto largamente acariciado por un grupo de investigadores de México, Brasil y España, consistente en editar la mencionada traducción, hace años que duerme el sueño de los justos. El presente trabajo lo escribí con destino a esa ambiciosa edición y para acompañar a los que se encargarían de realizar los demás investigadores involucrados en tan meritorio proyecto. El tiempo pasa y el silencio se espesa. Por ello no quisiera que su agotamiento incluso para mí evitara que este trabajo mío viera la luz al servicio de los estudiosos del turismo. Por esta razón me he decidido a enviarlo definitivamente a TurYdes al tiempo que pido disculpas a quien proceda por haberlo hecho de modo unilateral. Como en el grupo hay investigadores más jóvenes que yo no descarto que llegará el momento de que la traducción al castellano de la obra vea la luz en un futuro que espero no sea lejano.

1. Para abrir boca

La corriente principal, y de momento única, en la moderna conceptualización del turismo hunde sus más profundas raíces en el habla cotidiana relativa a los viajes de ingleses y franceses de finales del XVIII y principios del XIX, la cual se difundió con cierta celeridad entre los hablantes cultos y de cierto nivel de renta de los países europeos y americanos. Digo *moderna* porque fueron estos hablantes los primeros que emplearon palabras como tur, turista, turismo o turístico, pero en realidad las raíces son mucho más profundas habida cuenta de que los viajes redondos o de ida y vuelta se vienen haciendo desde el nacimiento y posterior desarrollo de las ciudades, como ya he demostrado en mi *Autopsia del turismo* (www.eumed.net)

No puede caber la menor duda de que la obra en la que se centra esta presentación, desmenuzamiento y evaluación, la que escribieron 1942 los economistas suizos Walter Hunziker y Kurt Krapf (en adelante HyK) forma parte del mainstream de la materia. Qué digo forma parte, para muchos esta obra es la fuente del mainstream, aunque reconocerlo así implica caer en una exageración que no comparto del todo. Y no la comparto porque no es justo ni útil ni recomendable ignorar las aportaciones de estudiosos de la talla del austriaco Joseph Stradner, el suizo Edmundo Guyer – Freuler, el austriaco Hermann von Schullern, el alemán Robert Glücksman y, sobre todo, los profesores de la Italia fascista Michelle Troisi y Angello Mariotti, y eso por citar a los más destacados de una serie de investigadores altamente valiosos y que ocupan puestos tan destacados en la historia de las ideas turísticas que no deben ser olvidados por nosotros. Y es que cada vez estoy más convencido de que la obra que para muchos es la fuente de la corriente principal del turismo, y sus autores los padres del turismo como materia de estudio, no lo es en absoluto. No fueron HyK los fundadores del mainstream de este corpus teórico sino sólo los que lograron codificarlo y sistematizarlo, aportando una meritoria labor de síntesis del abundante material conceptual disperso por varios países y escrito en diferentes idiomas.

Había, como digo, un camino ya andado en esa dirección, primero, repito una vez más, por los hablantes ingleses y franceses, y después de ellos, por los estudiosos a los que ya he hecho referencia más arriba. Un camino que cuando aparecieron HyK había sido ya transitado por no menos de un siglo de aportaciones anónimas y por otras que no lo son por la sencilla razón de que conocemos los nombres de sus autores.

Aquel grande y sin embargo poco conocido economista británico John Richard Hicks (1904 – 1989) dejó dicho en su resaltable obra *Valor y capital* que con ella él no aspiraba a escribir un tratado, y, para aclarar lo dicho, añadió que un tratado no es más que la obra que aspira a decir mejor y más claro lo que ya en otras obras se ha dicho por otros autores. Pues justo eso es la obra de HyK a la que aquí quiero hacer referencia, un tratado de teoría general del turismo que se nutre de muchas y variadas aportaciones. Alguien supo ver esto que digo con suma claridad cuando dijo que la obra de HyK es ante todo un meritorio esfuerzo de síntesis. El anónimo traductor de la obra no editada aún al español de la obra de HyK acertó al titularla *Tratado de una teoría general del turismo*. Prefirió traducir el vocablo alemán *Gründrisse* por *tratado* y no por *fundamentos*. Acertó como digo plenamente, porque estamos sin duda ante un tratado en el sentido de Hicks. Si la obra hubiera sido escrita en francés es seguro que se titularía *Manuel de la doctrine general du tourisme*. Estamos, pues, ante un tratado o manual cuyo mérito consistió en desbrozar en 1942 el camino a seguir por los estudiosos y por los investigadores que estaban por llegar en tropel a partir de la finalización de la II Guerra Mundial.

Como economista, si tuviera que comparar el *Tratado* de HyK con obras de economía análogas lo haría con *Principles of Economic*, del británico Alfred Marshall (1842 – 1924) porque fue la suya la obra que más tiempo sirvió como manual básico de todos aquellos que aspiraban a ser economistas desde que se publicó en 1890 hasta pasada la primera mitad del siglo XX. Quizás el *Tratado* no llegó a tanto porque ya en la década de los setenta quedó obsoleto debido a la progresiva imposición de manuales empapados en la nueva terminología del marketing, por un lado, y a la fuerza que tomaron las obras que aplicaron al turismo los expertos en dinámica de sistemas, enfoques ambos que si bien innovaron en presentación asumieron íntegramente el corpus conceptual precedente tal vez sin percatarse de ello. Por ello, el arrumbamiento que sufrió la obra de HyK fue más aparente que real, habida cuenta de que sus ideas y visiones seguían en vigor en las nuevas obras, las cuales, desafortunadamente, tan sólo consiguieron aportar cambios superficiales, nunca conceptuales.

Pero no se vaya a creer que por ser un tratado, una síntesis estamos ante una obra menor, ni mucho menos. El alto lugar que ocupa en la historia de las ideas turísticas se lo tienen harto merecido tanto la obra como sus autores. Pues por muy meritorio que sea acuñar conceptos no lo es menos contribuir a que esos conceptos sean debidamente sistematizados para insertarlos en un corpus de elevada capacidad de transmisión y difusión. HyK recopilaron los conceptos ya existentes, los pulieron, los esclarecieron y los dotaron de algo de enorme utilidad y muy de agradecer por el

estudioso que se acerca a la materia por primera vez, de la sistematización de la que carecían hasta entonces. Por ello no es exagerado decir que el *Tratado de una doctrina general del turismo* es el primer tratado digno de tal nombre que enriqueció el mainstream de esta materia. Es cierto, como digo, que hubo años durante los cuales el *Tratado* quedó arrinconado, pero a partir del espacio y de la atención que le dediqué en mi tesis doctoral *Crítica de la economía turística. Enfoque de oferta versus enfoque de demanda* (Universidad Complutense de Madrid 1991) consiguió superar el olvido hasta el punto de que, desde entonces, se vuelve a citar y a tener en cuenta por los estudiosos, sobre todo por los que conocen la citada tesis, sobre todo por los estudiosos latinoamericanos (concretamente de Brasil, México, Chile, Argentina, Nicaragua y Cuba) que son sin duda una de las avanzadilla de la investigación turística.

Pero para abrir boca ya está bien. A partir de este momento me dispongo a explicitar las deudas (herencias) que HyK tienen (recibieron) de quienes los precedieron y, una vez cumplida esta tarea, de referirme al contenido del *Tratado*, al mismo tiempo que lo someto a una evaluación crítica con el fin de situarlo en el lugar que le corresponde en el torrente de la mainstream del turismo.

2. Primer plato

Voy a proceder a servirles el primer plato de este menú que, como atento mesero, les estoy ofreciendo. El primer plato no puede ser otro que el desmenuzamiento de las deudas o herencias contraídas/recibidas por HyK cuando escribieron el *Tratado*.

La primera deuda no es otra que la que ya contrajeron muchos de sus propios acreedores: las ideas espontáneamente acuñadas por los hablantes, ideas obviamente vulgares e imprecisas pero útiles a efectos de hacerse entender entre ellos mismos, la creencia de que turistas son sólo aquellos que viajan por placer, por gusto, por ocio o porque no tienen nada que hacer. Hasta la Conferencia de Ottawa de 1991 no se logró superar esta dependencia conceptual del habla vulgar entre los estudiosos del turismo. Algunos ilusos creyeron que Ottawa'91 supuso toda una nueva conceptualización teórica en el campo del turismo pero tal superación terminó siendo más aparente que real, con lo que el turismo siguió siendo confundido con el vacacionismo, como sigue siendo confundido con los viajes a pesar de la advertencia que formuló Pier P. Defert en el siglo pasado.

Si los estudiosos se hubieran detenido a hacer la imprescindible crítica que todos los que aspiran a comportarse como científicos deben hacer de los conceptos heredados, sobre todo si, como es el caso, son vulgares, habrían procedido a hacer una investigación en profundidad de la cultura medieval aun superviviente todavía en el siglo XIX. Habrían comprendido que si los hablantes llamaban turistas a quienes viajaban por motivos de ocio era porque las clases patricias, cuando viajaban, lo hacían en cumplimiento del estatuto de su clase, como otras muchas actividades incluidas en el mismo, el estatuto de la clase ociosa (deportes, caza, justas, gobierno, fiestas, guerras), todas ellas tenidas por más o menos prestigiantes. Por su parte, la clase negociosa o plebeya venía obligada a realizar las actividades recogidas en su propio estatuto, las actividades de producción y servidumbre, todas ellas socialmente catalogadas como más o menos humillantes. La obligatoriedad de hacer lo establecido en el seno de cada clase era igualmente severa: ni un patricio podía dedicarse a realizar tareas negociosas, porque si lo hacía perdía su dignidad, ni un plebeyo podía realizar actividades ociosas, entre otras razones porque no contaba con los recursos necesarios y, caso de que sí los tuviera, no estaba socialmente bien visto.

Hoy, como tengo dicho en varios trabajos publicados, no existen desde hace bastantes años actividades de ocio, entre otras cosas porque las clases ociosas se fueron extinguiendo progresivamente a partir de la Revolución francesa. Quiere esto decir que hoy todas las clases sociales son negociosas y que cuando han cumplido sus obligaciones negociosas sólo se ocupan de actividades que debemos llamar de tiempo libre, no de ocio. ¿Que son más o menos parecidas a las que realizaban las clase ociosas? Admitámoslo, sí. Pero la oportuna distinción entre actividades de ocio (las propias de las clases patricias del pasado) y las actividades de tiempo libre (las propias de todos los hombres y todas las mujeres de los tiempos contemporáneos) habría tenido la virtud de evitar tanto la confusión entre turismo y vacacionismo como las lamentables, atorrantes y obstaculizadoras discusiones bizantinas que tuvieron lugar durante casi todo el siglo XX sobre la exigencia de que entre las motivaciones del turismo no debían figurar nunca las negociosas o lucrativas pues, de lo contrario, no estaríamos hablando de turismo. Como he dicho, repito, tan absurda exigencia fue oportunamente eliminada por Ottawa'91 pero, como también he dicho ya, tal eliminación fue más aparente que real porque el confusionismo entre turismo y vacacionismo sigue presente en casi todos los estudiosos y en casi todas las obras y trabajos que se hacen y que se seguirán haciendo en el futuro si nadie lo remedia.

Fuera aparte de esta dislocada visión, palpablemente presente en la obra de HyK de forma lamentable y lastrante, hay que citar las aportaciones de todos aquellos predecesores de los suizos de Saint Gallen que colocaron a los establecimientos hoteleros en el centro de la doctrina del turismo. Y quien dice la industria hotelera dice los medios de transporte, aunque en este sentido debo reconocer que HyK tuvieron la clarividencia de considerar que puede hacerse turismo incluso cuando se camina, algo que sus epígonos no estuvieron en paraje de admitir en su fuero interno. Se daban cuenta de que de haberlo hecho habrían eliminado los servicios de transporte de lo que ellos llaman *oferta turística básica*. De haber hecho lo mismo HyK con los servicios de alojamiento, habrían podido afirmar que puede hacerse turismo incluso pernoctando a la intemperie, como hizo Stevenson cuando viajó por el Sur de Francia con un burro, algo que no se atrevieron a hacer, es evidente, pero hacerlo no es ningún disparate conceptualmente hablando. Es obvio que si se hubieran atrevido a hacerlo a los mencionados epígonos les habría dado un soponcio mayúsculo puesto que eliminar los servicios de hospitalidad de la llamada *oferta básica de turismo* les habría aparecido un disparate. Pero, claro, no seamos tan exigentes. Porque puede que sea admisible prescindir de los servicios de transporte cuando se “hace” turismo, pero prescindir de los servicios de hospitalidad habría sido no sólo altamente alarmante y hasta escandaloso sino también destructor de todo el corpus teórico convencional que se venía fraguando y que HyK se estaban encargando de sistematizar a principios de la década de los cuarenta.

Y aun más que escandaloso e incluso destructor: habría sido cismático, sí, pero lo que no podían barruntar los epígonos de HyK habría sido hartamente beneficioso para llevar a cabo una conceptualización científica del turismo, hasta tal punto que si hubiera tenido lugar este beneficioso escándalo ello habría evitado que hoy estuviéramos hablando del *Tratado* de HyK ya que fueron, sin duda, ellos los que fundieron en una obra las aportaciones de Joseph Stradner, centradas en lo que él llamó la *Fremdenindustrie* o industria de los forasteros (o turistas), con las que se hicieron años más tarde y antes que HyK, basadas en la conducta de los pasajeros, forasteros o turistas en un lugar de referencia pasajera (el que dio en llamarse destino “turístico” por ser el destino del desplazamiento. Dicho de otro modo: HyK fundieron la sociología-psicología de los turistas con la economía de los servicios de hospitalidad desarrollada por Stradner. Pero lo diremos de otra forma algo más sintética: HyK combinaron las leyes que rigen la conducta de los turistas (demandantes o consumidores desplazados) con los principios de gestión aconsejable para la explotación comercial de los establecimientos dedicados a la prestación de servicios de hospitalidad (los oferentes o productores en cada lugar de referencia)

Como se ve, cuando HyK fundieron los elementos heredados pusieron a los servicios de transporte en un lugar subordinado, y lo mismo hicieron con otros factores de la producción turística (espero que nadie se escandalice por hacer referencia a una función inexistente en la mainstream del turismo) Desde el lado de la oferta (con perdón), el centro de la doctrina general del turismo fue muy pronto, y aun sigue siendo hoy, la industria de los servicios de hospitalidad (alojamiento y refacción básicamente, aunque también haya otros aunque sin el mismo brillo), como desde el lado de la demanda, el centro indiscutido de la citada doctrina, el turista, mejor dicho, el hombre, (y la mujer, claro, pero en el pasado bastaba con referirse sólo al hombre). Y tanta incumbencia conceptual se le dio al hombre en la doctrina del turismo que HyK disfrutaban intelectualmente hartos declarando a los cuatro vientos que el turismo es la industria que está del lado del hombre. Se ve que ellos creían que las demás industrias no están al servicio del hombre, una creencia que mejor no insistir en ella porque si se insiste se corre el peligro de pensar que HyK adolecían de cierto sectarismo científico, o de algo peor: que caían en un propagandismo precoz aplicado al turismo, algo que es muy poco recomendable en todo trabajo que aspire a ser científico.

Para entender en toda su dimensión el énfasis que HyK pusieron en el enfoque desde el hombre, en su síntesis de los materiales recopilados de trabajos de otros autores, habría que adentrarse en la revolución científica que había tenido lugar pocos años antes en el seno de la economía. Me refiero a la publicación en 1936 de *Teoría General de la ocupación, el interés y el dinero*, del británico John Maynard Keynes, un matemático que había estudiado economía con el profesor de la Universidad de Cambridge Alfred Marshall y que llegó a ser muy famoso en el Londres de la primera mitad del siglo XX. Keynes era uno de los miembros más conspicuos y representativos del muy conspicuo grupo de Bloomsbury, una asociación de intelectuales y artistas jóvenes, ricos, inteligentes, rompedores y eruditos que se propusieron socavar los fundamentos del tipo de vida victoriano, basado en la austeridad y en la simulación de la virtud. Tuvo Keynes escarceos amorosos con otros miembros masculinos del grupo, como el pintor Duncan Grant, aunque a la postre se decantó por casarse con una bailarina del ballet de Diaghilev, doña Lidia Lopokova. Si me detengo en estas pinceladas biográficas es porque coinciden en muchos aspectos con las de un francés de su generación, Georges Bataille, a pesar de que lo más probable es que no se conocieran personalmente. Tanto Keynes como Bataille resaltan la función del consumo y condenan la del ahorro, su contraria. Ambos, en coherencia con su enaltecimiento del consumo fueron hedonistas y estaba contra la austeridad como sistema de vida. Para

Bataille, porque vivimos en un mundo de abundancia y, si no la consumimos viviendo bien aquí y ahora, la presión causada por su imparable aumento provocará verdaderas catástrofes como forma extrema de rebajar la presión de la abundancia sobre la superficie del globo. Para Keynes, porque si la preferencia por la liquidez que sufría el mundo después del crash de 1929 seguía aumentando, la obligación del estado no podía ser otra que realizar grandes gastos con el fin de “cebar la bomba” del consumo, única forma de superar la atonía de la producción causante del desempleo masivo que el mundo sufría en aquellos años previos a la II Guerra Mundial.

Es, pues, en el contexto de un inesperado enaltecimiento teórico y práctico del consumo, del corto plazo y del aquí y ahora que tuvo lugar en Europa durante los años treinta cuando aparece en Suiza la obra de dos científicos sociales, los economistas Walter Hunziker y Kurt Krapf, ambos dirigentes de la poderosa Asociación Suiza de Turismo, el primero como director y el segundo como vicedirector. Krapf incluso desarrollaría años más tarde, en 1954, una tesis para optar a una cátedra universitaria de economía, bajo el título de *La Consumición Turística*, título que refleja perfectamente su postura y la de su director de tesis, que no era otro que el mismísimo Walter Hunziker. Para ellos, los turistas son tan sólo consumidores, nunca productores, una condición que es para ellos el centro del emergente fenómeno turístico. No es sorprendente que para los dos el turismo hubiera que estudiarlo desde la sociología, a pesar de que también admitieran la participación en su estudio de la economía, aunque si alguien les hubiera pedido que matizaran aun más habrían respondido que el turismo, como corpus teórico, se encuentra más cerca de la sociología que de la economía, como así, en efecto, declaran muy enfáticamente en el *Tratado*. Más precisamente, matizaron, de la sociología de la cultura, habida cuenta de que el verdadero interés, la verdadera motivación del turista de su tiempo y del pasado no era otra que la de solazarse contemplando las grandes obras de la cultura, sobre todo las de la cultura clásica de Grecia y de Italia. Confundían, como se ve, turismo con ocio entendido como vacaciones fuera de su entorno habitual, lo que evidentemente implica un desplazamiento; pero pensaban, obviamente, en unas vacaciones muy cultas, puestas al servicio del placer estético, no como es corriente hoy volcadas al placer sexual, gastronómico, nocherniego o aventurero. HyK pensaban, pues, en lo que hoy sus epígonos llaman turismo “cultural”.

La cerrazón de HyK en la idea de que el turismo tenía que ser estudiado como una materia propia de la sociología en general y de la sociología de la cultura en particular, la legaron íntegramente a los futuros estudiosos. Huían como de la peste de estudiar el turismo como lo podía haber hecho

un economista, ese profesional empeñado en estudiarlo desde el lado de la oferta, lo cual, como destacó el ya citado Alfred Marshall, es la forma habitual de estudiar la realidad propia de la economía. Para el economista es obvio que antes de proceder a consumir hay que producir: recolectando raíces, cazando venados, pescando salmones o transformando unos bienes en otros por medio del trabajo humano o de las máquinas. Para el sociólogo, sin embargo, nada hay de interés fuera del hombre como individuo y como colectivo. No en vano, para José Ortega y Gasset la definición del sujeto humano, del yo, incluye su circunstancia, lo que le rodea.

Así que si el turismo había que verlo como algo que practican los sujetos humanos, los hombres y las mujeres y por eso hay que centrarse en ellos, en sus circunstancias, es decir, en su lugar de residencia, su edad, su formación profesional, su psicología, sus ambiciones, sus motivaciones, sus necesidades en suma. HyK fueron los paladines de esta visión del turismo, visión que yo he llamado de demanda, y que sigue siendo aun hoy y puede que en el futuro inmediato la visión propia del mainstream del turismo. Es desde el sujeto, desde el turista, desde el consumidor, desde el hombre desde la que el mainstream turístico parte para, una vez agotada la componente subjetiva, pasar a estudiar todo lo demás, el destino elegido, lo que ese destino ofrece en todos los sentidos, tanto en el campo de los bienes y servicios como en el sentido del patrimonio y de los recursos naturales y culturales. E incluso de los medios de transporte, tanto de largo como de corto recorrido y de los servicios de inmigración puesto que, como el turista por excelencia es el extranjero, es obvio que puede precisar de los citados servicios ya que sin ellos no sería posible su entrada, o esta sería menos factible, y por consiguiente su estancia temporal en el destino de referencia, con lo que no habría turismo.

Llegados a este punto debo destacar que para HyK no basta con que en un país haya oferta de servicios de transporte ferroviario, por ejemplo, para ellos estos servicios no forman parte de la oferta turística ya que sólo hay que incluir en tal concepto los funiculares y los remontes, porque son los únicos que están al servicio de los turistas. No tiene, pues, nada de extraño, que el sistema de estadísticas turísticas de Suiza sólo tenga en cuenta como turistas a quienes utilizan los servicios de hospitalidad específicamente dedicados a los vacacionistas.

La deuda más valiosa que HyK contrajeron con los autores que les precedieron es la que tienen con el profesor de la Universidad de Bari Michelle Troisi, autor en 1940 de la obra *La rendita turistica*. En esta obra desarrolla Troisi la teoría de la oferta turística en completa dependencia de

la demanda turística. En base de ella, la teoría de la renta turística, mejor dicho, del producto interior bruto turístico, una magnitud macroeconómica gemela y complementaria de la renta nacional, mejor dicho, del producto interior bruto nacional. Si el turismo, viene a decir Troisi, se concibe como un heterogéneo conjunto de actos de demanda y consumo efectuados por los forasteros en un lugar de referencia tal conjunto da lugar (o es respondido) por un conjunto igualmente heterogéneo de bienes y servicios producidos en dicho lugar. Si expresamos ese conjunto de bienes y servicios en su valor monetario conseguiremos cuantificar el montante de la renta turística que obtiene el país o lugar de referencia como consecuencia de las ventas efectuadas a los demandantes forasteros.

Por consiguiente, el método de cálculo de la renta turística es idéntico al método de cálculo de la renta nacional. La renta nacional es por tanto la suma de la renta turística y de la que no es turística, es decir, de la obtenida gracias a las ventas de bienes y servicios que se hacen a los residentes. Obtenemos así dos macromagnitudes económicas que son, obviamente, de la misma naturaleza que la resultante de la suma de ambas. Me tiento a la oportunidad de hacer la crítica de aquellos que sostienen que la oferta turística es transversal (!) cuando lo cierto es que de simular alguna línea a la que imita es a la horizontal y a quienes caen en la falacia de sostener que la industria turística es la primera industria mundial, algo fácilmente refutable recordando que el colectivo de los turistas es menor y gasta menos que el colectivo de los no turistas.

Al margen de las críticas a sendos lugares comunes que son también sendas falacias al servicio del necio propagandismo tan característico de numerosos estudiosos y de algunas instituciones de prestigio mundial, lo cierto es que HyK tomaron de Troisi la teoría de la renta turística que incluyeron en su *Tratado*.

Como primer plato del menú creo que ya es suficiente, tampoco hay que pasarse por peligro a las indigestiones.

3. Segundo plato

Recordemos que Hunziker y Krapf tomaron del vulgo lo mismo que sus precursores, el carácter vulgar acientífico o precientífico, como se quiera, imperante en la mainstream del turismo. Resaltemos que la visión vulgar del turismo lleva incorporada la visión sociológica propia del mainstream puesto que la visión vulgar es una visión conductista del turista, visión que como digo pudo haber sido criticada y refutada a lo largo de los dos siglos

de vida que tiene el mainstream. Para el mainstream turista es el forastero que llega al lugar de referencia para disfrutar eso que los estudiosos al uso llaman unas merecidas vacaciones, es decir, para pasarlo bien después de haber estado sometido al cumplimiento de sus obligaciones laborales, profesionales o negociales. Así dicho resulta sencillo el concepto de turista pero lo cierto es que no lo ha sido ni antes del *Tratado*, ni en el *Tratado* y ni siquiera después del *Tratado*, a pesar de que en este último estadio se alcanzó la aportación de Ottawa'91. Tan oscuro ha terminado siendo el concepto de turista que Ottawa'91 propuso referirse al visitante cualquiera que fueran sus motivaciones con tal de que su estancia no supere nunca el año y de que el lugar visitado de referencia esté fuera de lo que se llamó entorno habitual del visitante.

En cualquier caso, se llama oferta turística a todo lo que compre, o le interese contemplar, el visitante, antes turista, sujeto que sigue siendo confuso y de no fácil identificación. A esto es a lo que llamo enfoque de demanda del turismo, o enfoque sociológico. Un enfoque que presenta la grave anomalía de identificar, caso de que identifique algo, un conjunto de bienes y servicios que son los mismos que adquieren los residentes. Reitero: la gravísima anomalía en la que cae la teoría de la oferta basada en el sujeto demandante consiste en su incapacidad de identificación de los componentes. Una seria anomalía que está presente en la obra de HyK, y que no es más que la nefasta consecuencia arrastrada a lo largo de sus abundantes páginas de su aceptación implícita de la visión conceptual que heredaron de los hablantes y de sus predecesores.

El *Tratado* de HyK consta de dos grandes partes:

- I. Los fundamentos
- II. Las funciones

A la parte dedicada a los fundamentos se le dedican tres capítulos mientras a la dedicada a las funciones se le dedican seis. En parte dedicada a los fundamentos se desarrollan los aspectos conceptuales del turismo, su anclaje en el hombre, reconocido como el centro o foco de la materia, y lo que los autores llaman las bases materiales del turismo, entre las que destacan: la localidad o destino turístico y las industrias turísticas sitas en la localidad turística. Entre las industrias distingue las que llaman propiamente turísticas y las que llaman indirectas. Las propias o directamente turísticas son de dos clases: las hospederías, incluidos los institutos dedicados a la educación (internados), lo cual debo resaltar pues los epígonos los eliminaron tal vez porque no incluyen entre las motivaciones del turismo la formación, las empresas de transporte

(ferrocarriles, barcos, automóviles y aeroplanos siempre que sean dedicadas a desplazamientos turísticos, es decir, los que se hacen por gusto), las empresas dedicadas a objetos útiles para viajar o para hacer deporte, las dedicadas a artículos y bagatelas con las que el turista recuerda su viaje a la localidad turística de referencia (los conocidos mundialmente como souvenirs), y las editoriales dedicadas a la venta de libros de viajes, las cuales fueron descatalogadas por los estudiosos del turismo de años sucesivos.

Finalmente, los autores introducen entre las empresas turísticas en sí mismas las agencias de viajes, hoy incluidas en lo que se ha dado en llamar intermediación, la producción de guías turísticas, las guías de montaña, el colectivo de profesores o monitores de viajes y también las empresas aseguradoras.

La parte dedicada a los fundamentos termina con un apartado dedicado a las que los autores llaman industrias turísticas indirectas. ¿Por qué las llaman indirectas? ¡Ah!, pues porque no están orientadas expresamente a dar servicios a los turistas sino al colectivo de no turista. Por ejemplo, los ferrocarriles, las embarcaciones, los coches, las motos, las bicicletas, los restaurantes, mesones y casas de comida y otras muchas empresas dedicadas tanto a la producción de objetos como a la prestación de múltiples servicios. En definitiva, el conjunto de empresas e instituciones que se ubican en los países pero que se orientan a los residentes, no estrictamente a los turistas, pero que pueden ser de interés y utilidad para ellos. ¿Les resulta extraño? Naturalmente que lo es. HyK llevaron hasta sus últimas consecuencias el enfoque de demanda hasta el punto de que configuraron unas bases materiales del turismo siempre que estuvieran orientadas a los turistas. Las demás, aunque fueran objetivamente similares, si no estaban básicamente orientadas a los turistas no eran, lisa y llanamente, turísticas. Recuérdese lo dicho más arriba sobre la atroz anomalía lógica a la que conduce el enfoque de demanda presente en el mainstream turístico. Añádase si se quiere con ciertos fines exculpatorios que HyK cayeron en la anomalía porque ellos, que dedicaron su *Tratado* a la estructura suiza del turismo, se centraron en la observación, descripción y análisis de la oferta existente en las localidades turísticas de la Confederación Helvética. Vieron lo que vieron y como no aborrecía a la visión vulgar lo aceptaron y lo elevaron a categorías científicas. Así de fácil, así de sencillo, así de escasamente científico. Y como lo asumieron los padres por qué no lo iban a asumir los hijos, es decir, los estudiosos del futuro, nosotros.

Expuestas y descritas las bases materiales del turismo junto a sus fundamentos conceptuales, los autores pasan a desarrollar en la segunda parte las funciones que realizan dichas bases materiales. Es la parte más voluminosa de la obra. En ella como en la primera cada capítulo o apartado es concebido por los autores casi como un compartimento estanco al que se le dedica una monografía de diferente extensión y profundidad. A veces se incluyen digresiones históricas que son de cierto interés aunque no siempre debidamente documentadas, como es el caso de las referencias incorrectas que se hacen a Thomas Cook y su empresa en el apartado de agencias de viaje, a las que califican como facilitadoras del turismo.

Es de destacar la atención que los autores dedican a los establecimientos de cura y reposo (balnearios, baños de mar, médicos y actividades) y lo es porque hoy los libros de texto no lo hacen y porque los investigadores le dedican al asunto muy poca atención si la comparamos con la que dedican a lo que llaman turismo de sol y playa. Durante siglos los balnearios de aguas medicinales fueron negocios muy florecientes pero que decayeron cuando se desarrolló la medicina científica moderna. Lo mismo aconteció con los sanatorios de montaña dedicados al tratamiento de enfermedades respiratorias. Ahí está la novela *Doctor Faustus* de Tomas Man para poner de manifiesto el relieve que hasta no hace tanto tuvieron estos centros de salud.

Después de analizar la función de salud que cumple el turismo los autores hacen lo mismo con lo que llaman la técnica bajo cuyo rubro analizan los servicios de transporte y sus efectos en el turismo, pero en el bien entendido que no tratan los servicios de transporte en general sino aquella parte que se orienta a los turistas. Esta peculiaridad es una constante en el *Tratado* en coherencia con los efectos anómalos del enfoque de demanda. Más tarde se detienen en el análisis de la función relativa a la Civilización y su interés en el turismo, dedicando espacio al estudio de la religión, el estado el arte y el conocimiento. A renglón seguido se toma el tema de la cuestión social en el seno del turismo con especial realce del factor trabajo en la sociedad y del derecho a las vacaciones remuneradas como parte integrante del contrato laboral.

No se olvidan los autores de dedicar la atención necesaria a la política como función a tener en cuenta en el turismo. En el *Tratado* encuentra su lugar la consideración del turismo como instrumento de la paz que tan manido tratamiento ha venido ocupando desde entonces en la oratoria demagógica de quienes ocupan puestos de dirección de numerosas instituciones internacionales. Los autores tratan incluso la relación que existe (que no existe según ellos) entre la guerra y el turismo. Es obvio que

en tiempos de guerra no tiene lugar el vacacionismo pero si no los autores hubieran desarrollado una concepción del turismo de más altos vuelos se habrían percatado de que, en la medida en que en el turismo hay desplazamientos en el espacio de quien lo practica, la guerra está plagada de esos desplazamientos y de la necesidad de recurrir a numerosos e importantes servicios de logística que son sin duda no sólo de la misma naturaleza que los que se usan en la paz sino que muchos de los que se emplean en la paz deben su existencia al hecho de la guerra.

El último capítulo del *Tratado* lo dedican los autores al análisis del turismo nada menos que como categoría económica. Con esta función completan HyK el gráfico que en los primeros capítulos ofrecen, una especie de polígono cuyo lugar central lo ocupa el turismo entendido como desplazamiento de personas de un lugar a otro y sus diferentes facetas o funciones, las ya citadas en la exposición que antecede. La última faceta, como digo, es la economía. Y en ella es donde los autores estudian pormenorizadamente la demanda y la oferta así como la formación del precio. El capítulo marcó el modelo a seguir en todos los manuales que desde entonces se dedicaron al estudio del turismo. Como en el *Tratado*, todos ellos caen en la aberración de ofrecer funciones y curvas de oferta y demanda tomadas de *Principles of Economic*, la ya citada obra de Marshall sin advertir que esas curvas y esas funciones son de nivel micro y que por ello no es posible aplicarlas al nivel macro. Si se inspiran en Troisi para desarrollar el concepto de renta turística tendrían que haberse dado cuenta de que ese concepto es una macromagnitud que no puede ser sometida al análisis macroeconómico marshalliano. Tan grave error, tan evidente falacia vengo denunciándola desde 1988, cuando publiqué mi primer trabajo sobre turismo, el titulado *La economía de la producción turística. Hacia un enfoque alternativo*, trabajo que apareció en el número de noviembre del año citado de la revista Información Comercial Española, reproducido en el nº 101 de Estudios Turísticos. Se publicó, sí, y no una sino dos veces, y se volvió a incluir en mi ya citada tesis de 1991 así como en mi *Autopsia del turismo* (www.eumed.net) pero ha caído en saco roto, mejor, ha caído en numerosos sacos rotos porque no ha sido tenido en cuenta por la comunidad internacional de expertos científicos en turismo, que, por lo que se ve, debe andar muy ocupada en repetir que el turismo es un instrumento para conseguir la paz mundial y, además, la primera industria mundial.

Este capítulo, el IX, incluye referencias a la balanza de pagos, la política turística nacional, la propaganda y otros temas menores.

4. Postre

La obra que aquí hemos presentado y al mismo tiempo evaluado de un modo bastante pormenorizado no se agota en lo dicho. Es de justicia reconocer que se trata de una obra de dimensiones bastante considerables y que, aunque se centra en la realidad turística suiza, tiene un evidente e innegable interés no sólo histórico, como hito relevante que es en la ya extensa historia de las ideas turísticas sino, sobre todo, como documento para obtener información sobre la evolución y el desarrollo de lo que podemos llamar factores al servicio del turismo, los servicios de facilitación o logística a los que los turisperitos llaman sin razón *oferta turística básica*, el transporte en sus diferentes modos y la hospitalidad en sus variadas formas, destacando minuciosamente el proceso de desarrollo que alcanzaron a lo largo del siglo XIX y la primera mitad del XX. Poca atención o casi ninguna dedican los autores a los servicios incentivadores, los llamados por los citados turisperitos también desenfocadamente *oferta turística complementaria*, pero eso es hasta cierto punto comprensible habida cuenta de que tales servicios aun no habían alcanzado la mercantilización que hoy tienen en parte y que sin duda tendrá de forma completa en un futuro no demasiado lejano.

Se me ocurre pensar que el *Tratado* de HyK podría, y debería, ser ofrecido a los alumnos de las escuelas de turismo tanto públicas como privadas de todos los países de habla española, tan interesados últimamente en esta materia porque esperan de él que lea ayude a salir del subdesarrollo secular que padecen. Pero también se me ocurre sugerir a todos los jóvenes investigadores de España y de Latinoamérica que no dejen de estudiar este libro porque sin duda sus trabajos se verán fuertemente favorecidos. Como dice el prof. Carlos Rodríguez Braun en su elegante prólogo a la edición española de la reveladora obra de Friedrich A. Hayek *Camino de servidumbre*, “siempre aprendemos de los grandes pensadores, porque aprovechamos tanto sus aciertos como sus errores. Es el caso de F. A. Hayek”, pero también, añadido yo, de los suizos Walter Hunziker y Kurt Krapf.

5. Café, copa y puro

El lector interesado puede sentarse cómodamente en su butaca y complementar el menú con la lectura del trabajo del autor que encontrará en el siguiente enlace: www.eumed.net/rev/turydes/07/fme4.htm