



Le tourisme suisse et son rayonnement international. "Switzerland, the playground of the world"

Directores: Cédric Humair y Laurent Tissot

Editorial: Antipodes, Lausanne, 2011

ISBN: 978-2-88901-057-8

Páginas: 222

Hablar de Suiza desde el punto de vista turístico es hablar de un destino europeo de calidad contrastada. De manera que el objetivo fundamental de este libro es el análisis de lo que podríamos denominar una "success story", es decir, de una realidad exitosa que hunde sus raíces en el siglo XIX, como ya lo puso de manifiesto uno de los directores de este volumen, el profesor Tissot, en su conocida obra *Naissance d'une industrie touristique: les Anglais et la Suisse au 19e siècle* (Lausanne, 2000). En esta ocasión se pretende aumentar los puntos de vista expuestos en ese trabajo y abordar la actividad turística en Suiza como un sector económico de éxito con unas claras influencias en el desarrollo económico y social del

país. Hasta tal punto el turismo fue una actividad exitosa que, en el tránsito del siglo XIX al XX, contribuía a la creación de riqueza más que la relojería y la banca, los dos sectores más conocidos de la economía suiza. Sus impulsores fueron capaces de construir una imagen de calidad basada en la oferta de servicios en los que la innovación técnica y la fuerte capacidad de inversión fueron constantes. De esta forma, Suiza se convirtió en un destino turístico de excelencia sólo accesible a los sectores más pudientes no sólo de la sociedad europea, sino también americana. [229]

Precisamente, el abordaje de ambos aspectos, innovación técnica e inversión, constituye una de sus principales aportaciones. En este sentido, el libro es el resultado de un proyecto de investigación que lleva por título "Système touristique et culture technique dans l'Arc lémanique: acteurs, réseaux sociaux et synergies (1852-1914)", que reúne a uno de los grupos en historia del turismo más activos de Europa, ya que, entre los especialistas, son bien conocidos sus trabajos y publicaciones y los coloquios que organizan cada cierto tiempo. De hecho, este libro se presenta como un primer resultado de dicho proyecto, pero, desde el conocimiento de su actividad investigadora, sospecho que no será el único y que pronto podremos ver nuevos resultados.

El descubrimiento de la Naturaleza que se llevó a cabo, sobre todo, en el siglo XVIII fue especialmente beneficioso para Suiza, habida cuenta de que se trataba de un país ubicado en el centro de Europa, con grandes montañas, numerosos lagos e importantes aguas termales. En un momento en el que, por influencia de los médicos higienistas, se buscaba el clima templado de los lagos y el aire puro de las

[230]

montañas, Suiza empezó a valorarse como un posible destino turístico. A este respecto, el papel de los ingleses ya mencionado resultó fundamental. En cierta medida podría decirse que los ingleses fueron los grandes descubridores de Suiza como destino turístico. Ahora bien, a partir de este hecho es preciso construir dicho destino turístico. En esta ocasión se ha optado por un enfoque distinto al empleado en su día por Michel Chadeaud para el caso del suroeste de Francia. Los autores de este volumen optan por el concepto de sistema socio-técnico desarrollado por Thomas Hughes en *Historia de las técnicas*. Éste consiste en considerar la actividad turística como un sistema socio-técnico complejo, que debe satisfacer las necesidades de la clientela en los apartados de movilidad, alojamiento, embellecimiento de los lugares visitados y diversiones. De manera que para que un sistema turístico funcione de forma óptima hay un conjunto de dimensiones que deben estar perfectamente establecidas por los diferentes actores, a saber: financiación, apoyo político, formación de agentes, representación simbólica, y marketing y evolución tecnológica. Pues bien, de todos estos aspectos, este libro hace especial hincapié en los dos últimos.

Así, tras una excelente introducción de Cédric Humair, quien, en un capítulo altamente recomendable, analiza algunos de los aspectos hasta aquí comentados y trata de fijar los distintos periodos de la evolución turística en Suiza, el libro se estructura en tres grandes bloques. El primero se centra, precisamente, en la representación simbólica y en el marketing, tratando de analizar cómo se fue creando esa imagen de país como destino turístico. Desde luego, al principio no fue fácil, ya que hubo que establecer un difícil equilibrio entre los intereses propiamente turísticos y

las resistencias morales de los habitantes, que no siempre vieron con buenos ojos las transformaciones económicas y sociales que el turismo implicaba, tal como se encarga de estudiar Mathieu Narindal. Como suele ser habitual, las resistencias a lo nuevo casi siempre han estado y están ahí, y el turismo en sus orígenes no fue una excepción. Lo que pasa es que, frente a esas renuencias, los poderes públicos pueden llegar a jugar un papel importante en la difusión de las bondades de esta novedad. Así pasó con el turismo, tal como se demuestra en los dos ejemplos presentados en esta obra, el de Francia (la zona fronteriza con Suiza), analizado por Roberto Garavaglia, y el de Suiza, abordado por Raphaëlle Ruppen Coutaz. Son dos ejemplos, quizás un poco tardíos, el francés de los años treinta y el suizo de los treinta, cuarenta y cincuenta, de la importancia que la propaganda desarrollada por entidades y poderes públicos ha jugado y juega en la promoción de un destino turístico. A mi modo de ver, quizás en este caso sí hubiese sido más pertinente el estudio de esta propaganda en décadas anteriores, para finales del siglo XIX o comienzos del XX, cuando Suiza devino en un destino turístico de calidad y renombre internacional. De todos modos, el modelo para otros casos es perfectamente válido.

El segundo bloque o apartado aborda la relación existente entre el turismo y la modernidad técnica. En concreto, lo que podemos denominar el prestigio tecnológico y su influencia en el devenir turístico de un destino. Cómo determinadas innovaciones incidieron tan positivamente en hacer de Suiza un destino de excelencia. Por ejemplo, la introducción de los ascensores hidráulicos en los hoteles, muy bien estudiado por Julie Lapointe Guigoz. Como puede comprenderse, estamos

hablando de una innovación técnica fundamental para los hoteles de lujo de varios pisos. Se trataba de uno más de los elementos de confort de la hostelería, muy apreciado por los clientes de alto nivel adquisitivo. Pero otro tanto se puede decir de la innovación técnica en los transportes, como lo demuestra Stefano Sulmoni al estudiar la *Compagnie générale de navigation sur le lac Léman*. Un medio de transporte que también servía, desde luego, para realizar excursiones y, por tanto, para satisfacer una de las necesidades antes mencionadas de la clientela turística: las diversiones. Por último, Florian Kissling observa el impacto que tuvo la introducción de los rayos X en las clínicas del cantón de Vaud a finales del siglo XIX y principios del XX, relacionado, evidentemente, con el turismo médico, uno de los que más expansión tuvo en el país incluso antes de la Primera Guerra Mundial. En este sentido, habría que recordar que al doblar el siglo XX los postulados higienistas fueron perdiendo peso en favor de los avances de la medicina. Pues bien, entre ellos cabría citar los rayos X, que en los primeros años de esa centuria se fueron incorporando a determinadas clínicas como seña de modernidad tecnológica, introduciendo considerables cambios en lo que hasta entonces había sido el turismo de salud.

Teniendo en cuenta estos dos aspectos, el tercer y último bloque del libro se centra más en la “success story” antes mencionada, es decir, en el posicionamiento de Suiza como lugar turístico a escala internacional, si bien desde una particularidad muy sugerente para estudios futuros en otras zonas de Europa (el País Vasco, por ejemplo): las relaciones transfronterizas. Así, Françoise Breuillaud-Sottas realiza un análisis de especial interés de las con-

xiones existentes entre Ginebra y la localidad francesa de Evian, estudiando la influencia de la primera en la construcción del termalismo de esta ciudad a través de aspectos como las redes de inversión o los modelos de organización. Del mismo modo, Marc Gigase examina la contribución del primer tren de cremallera eléctrico de Europa, ubicado en Mont Salève (Alta Saboya, Francia), en las cercanías de Ginebra. Una vez más estaríamos hablando de una innovación técnica explotada como atracción turística. Una nueva forma de facilitar el ascenso y el acceso a la montaña, uno de los principales atractivos turísticos de esta zona de Europa.

En definitiva, y como nos recuerda Laurent Tissot en las conclusiones de esta obra, los destinos turísticos se ven en la necesidad de renovarse, dada la rapidez de la obsolescencia de los productos turísticos. Para tratar de evitar el esquema de Butler, estos destinos no tienen más remedio que reinventarse continuamente, atendiendo a los distintos aspectos mencionados. A este respecto, la construcción de su imagen y las inversiones en innovaciones tecnológicas serían una de las claves para tratar de evitar dicha obsolescencia. Al menos, éstas han sido algunas de las claves para que Suiza se consolidase como destino turístico de excelencia y se siga aún manteniendo como tal. De ahí que, bajo este punto de vista, el libro que aquí presentamos nos puede servir no sólo para el análisis del caso suizo, sino también, por el método comparativo, para estudiar lo sucedido con otros destinos turísticos. Así, desde el punto de vista metodológico, la aplicación del concepto de sistema socio-técnico al turismo, ya aplicado con éxito por Tissot en algunos de sus trabajos, me resulta una aportación muy interesante para poder ser aplicado a la historia del

[232] turismo en España. Por lo tanto, estaríamos ante un libro muy atractivo y altamente recomendable.

Carlos Larrinaga
Universidad de Granada