



ACTUALIDAD EN EL DEPORTE: INVESTIGACIÓN Y APLICACIÓN

Luis Cantarero, F. Xavier Medina,
Ricardo Sánchez (Coordinadores)

1

**EL TURISMO DEPORTIVO:
VISIONES CRÍTICAS SOBRE POSIBILIDADES DE
DESARROLLO LOCAL EN ESPAÑA Y MÉXICO**

MIGUEL LISBONA

Universidad Nacional Autónoma de México

San Cristóbal de las Casas

F. XAVIER MEDINA

Instituto Europeo del Mediterráneo y

Universitat Ramon Llull. Barcelona

RICARDO SÁNCHEZ

Universitat Ramon Llull. Barcelona

INTRODUCCIÓN

En artículos publicados anteriormente (Medina y Sánchez, 2004, 2005) hemos abordado las posibilidades para el desarrollo local del turismo deportivo, especialmente en el caso de España; en esta ocasión, sin embargo, hemos considerado oportuno abordar sus claroscuros, sus límites y sus riesgos. Para ello, estructuramos este artículo como sigue: en una primera parte observamos las tendencias y líneas de evolución que se manifiestan en el deporte y en el turismo y que siguen las dinámicas de la propia sociedad; en segundo lugar recuperamos los elementos que hacen del turismo deportivo un potencial de desarrollo local; y en la tercera parte analizamos sus ambivalencias y límites. Para ello estudiaremos las dificultades en la evaluación de los grandes eventos deportivos y los problemas que aparecen con los deportes en la naturaleza mostrando los posicionamientos enfrentados en torno al turismo del golf y, por otra parte, los riesgos sociales y medioambientales de los deportes de aventura en el medio natural, utilizando ejemplos de Iberoamérica y España.

1. TURISMO, DEPORTE Y SOCIEDAD MODERNA

Turismo y deporte son hechos sociales ligados al desarrollo de la sociedad moderna, de la cual adquieren sus rasgos y características más sobresalientes. Sus procesos de masificación, diversificación y complejización son paralelos y se retroalimentan de las mismas dinámicas que acontecen en la sociedad actual. Las lógicas que mueven la “sociedad hipermoderna” (Lipovetsky y Charles, 2006; Lipovetsky, 2007), del riesgo (Beck, 1998) o líquida (Bauman, 2000) son las que marcan las tendencias de los sistemas deportivo y turístico.

Así, lejos de hablar de un tipo de turismo poco diversificado y practicado por un grupo social en concreto, tal y como sucedía en los inicios de la modernidad, nos encontramos actualmente con un sistema complejizado por los dos principios que mueven la sociedad en general y, también en concreto, el sistema deportivo: el proceso de diferenciación (Luhmann, 1998) y el de personalización multiforme (Lipovetsky, 1990) o, como prefiere llamarlo Beck (2001) de individualización institucionalizada.

Ambos sistemas, deportivo y turístico, son actividades destacadas en las prácticas de ocio de la población contemporánea. De hecho, ambas recogen la multiplicidad de dimensiones del ocio. Señala García Ferrando (1998) que el deporte, poliédrico en sí mismo, contiene aspectos lúdicos, creativos, ecológicos y solidarios. En la misma idea abunda San Salvador (1998: 465), ampliando el análisis al sector turístico y señalando también los aspectos negativos de ambos. Así, clasifica las dimensiones del ocio ejemplificando cada una de ellas con su particular práctica deportiva y un tipo específico de turismo. Por ejemplo, a la dimensión festiva, el deporte autóctono y el turismo cultural, a la dimensión solidaria, el voluntariado deportivo y el turismo social, a la dimensión ecológica, las actividades físico deportivas en la naturaleza, a la dimensión terapéutica, el deporte salud y el turismo terapéutico, etc. En efecto, nos encontramos con que ambos sectores cada vez están más diferenciados y especializados y que los dos abarcan todas las dimensiones del ocio contemporáneo.

La importancia de este fenómeno social queda reflejada en su proceso de institucionalización. Algunas fechas de interés pueden ser (Latiesa

y Paniza, 2006): la celebración en 1986 del 1r. Congreso Mundial de Turismo deportivo celebrado en Israel, la aparición en 1993 del “Journal of Tourism Sports”, el acuerdo de cooperación entre el Comité Olímpico Internacional y la Organización Mundial del Turismo en 1999, o la 1ª Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo celebrada en el 2001 en Barcelona. Se trata, por tanto, de una práctica ya contemplada desde diferentes ámbitos económicos, institucionales y académicos. En su análisis se pueden establecer distinciones entre, básicamente, dos categorías: el deporte en vacaciones (tanto con prácticas activas, como el espectáculo pasivo) que nos sitúa en la actividad deportiva llevada a cabo dentro de los desplazamientos con fines turísticos; y las vacaciones deportivas (activas y/o pasivas) que implican que la propia finalidad del desplazamiento turístico es el deporte.

También se podrían establecer distinciones en la finalidad de la propia práctica deportiva (de competición o recreativa) pero, más allá de todas estos matices, nos referiremos al turismo deportivo siempre que exista un desplazamiento en el que por finalidad directa o de forma secundaria exista vinculación con actividades deportivas, ya sea de forma activa o pasiva, así como competitiva o de recreación.

2. TURISMO Y DEPORTE: POSIBILIDADES DE UNA OFERTA TURÍSTICA ALTERNATIVA

Como señala García Ferrando (2006), a partir de datos procedentes de la “Encuesta sobre los Hábitos deportivos de los Españoles 2005”, mientras que en 1975 –recién estrenada la nueva democracia- un 40% de los encuestados manifestaba estar interesado en el deporte, los resultados correspondientes a la encuesta de 2005 mostraban un ascenso de dicho porcentaje hasta un 61%. Asimismo, y en relación con la práctica deportiva, el porcentaje de encuestados que manifiesta practicar uno o varios deportes ha ascendido de un 22% en 1975 hasta un 37% en 2005.

Podemos observar desde este punto de vista cómo la práctica deportiva se ha convertido en estas últimas décadas, por una parte, en un aspecto cada vez más cotidiano y habitual en la vida de la sociedad

española en general; y por otra parte, cómo dicha actividad físico-deportiva ha pasado a ser una alternativa de ocio privilegiada para capas cada vez más amplias de la población: un dato destacable en este sentido es el de que un 68% de la población que practica alguna actividad deportiva lo hace por su cuenta y como actividad no federada y no competitiva; es decir, como actividad de uno u otro modo ligada al ocio y al tiempo libre.

En el caso español, y como oferta turística complementaria, el deporte se ha demostrado ya ampliamente como una actividad que cuenta con el favor de la población y se consolida como un importante atractivo complementario para zonas con una oferta turística tradicional. Sin embargo, dicha oferta debe sin duda cumplir con toda una serie de requisitos; debe de tratarse de una actividad: integrada, atractiva, recreativa y bien promocionada (Merino, 1998; Medina y Sánchez, 2004, 2005).

Siguiendo el hilo de lo expuesto, la actividad físico-deportiva se convierte en una oferta turística complementaria que imprime un fuerte carácter diferenciador a la zona donde se lleva a cabo. La preparación y realización de dicho proyecto, sin embargo, necesita de la colaboración intensiva tanto del sector público como de la iniciativa privada, pudiendo convertirse –como de hecho lo está haciendo– en un espacio privilegiado de interacción entre ambas esferas. En este sentido, la actividad físico-deportiva ligada a la oferta turística puede ser, como lo atestiguan ya diversos ejemplos en el marco del Estado español, un elemento de significativa importancia ligado a proyectos específicos de desarrollo local; y muy especialmente en territorios y comarcas de interior, donde su combinación con el turismo cultural, por ejemplo, puede dar frutos interesantes.

Según los datos de la encuesta sobre los hábitos deportivos de los españoles de 2005, un 15% de los practicantes deportivos prefieren llevar a cabo su actividad en la naturaleza. Siguiendo esta tendencia, y desde los años ochenta, se ha producido una eclosión de múltiples y *nuevas* modalidades físico-deportivas, que se han generado fuera del sistema deportivo moderno y que han estado alejadas, en muchos casos, de las instituciones y organizaciones que hasta la fecha venían gestionando este tipo de actividad. Una práctica normalmente de ocio

que se realiza en medios naturales o seminaturales y, por lo tanto, fuera de los lugares de residencia habituales, lo cual suele implicar un desplazamiento de carácter turístico.

Estas actividades deportivo-turísticas de aventura han sido pronto vistas como un poderoso medio de modernización y desarrollo del área rural o local. Es un hecho destacable, sin embargo, que se hayan desarrollado gracias, mayoritariamente, a una oferta privada de servicios.

En el caso de Cataluña, le Generalitat ha actuado hasta ahora con una función subsidiaria, limitándose a regular el sector y a ayudar a las organizaciones privadas y empresas. No obstante, en los últimos años, la administración pública catalana, como otras, está apostando con fuerza por la implementación de un turismo deportivo como emblema de calidad y sostenibilidad. Analizando la página web oficial de “Turisme de Catalunya”, se observa cómo el deporte figura entre las propuestas de mayor peso turístico de la administración: campos de golf, puertos deportivos, estaciones de esquí o turismo activo. También el anuncio televisivo sobre turismo en Cataluña impulsado por la Generalitat empieza y acaba con actividad física de aventura y tradicional, pasando por actividades acuáticas, vela, etc. Parece quedar claro, pues, que, políticamente, se considera el deporte y el turismo como indicadores y a un tiempo motores de modernización socioeconómica. La práctica deportivo-turística es vista como un elemento clave de la calidad de vida, vertebrada en torno a la salud y el respeto medioambiental.

Quedando patentes desde lo expuesto las posibilidades adjudicadas al turismo deportivo como motor de desarrollo socioeconómico, pasaremos a continuación a señalar algunos de sus límites, ambigüedades y riesgos. Para ello abordaremos dos ámbitos del turismo deportivo: los grandes eventos deportivos y la actividad físico-deportiva en la naturaleza, analizando ejemplos tanto españoles como iberoamericanos.

3. LOS LÍMITES AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y AMBIENTAL A TRAVÉS DEL DEPORTE.

3.1. Dificultades en la evaluación de los Grandes Eventos Deportivos

Las intersecciones entre deporte y turismo, como es evidente, se dan a distintos niveles. Si las nuevas actividades físico-deportivas en el medio natural parecen haber captado la atención de cada vez más usuarios que buscan un tiempo de ocio alternativo en un marco distinto a las propuestas turísticas habituales, este hecho no implica que la unión entre deporte y turismo no se dé también en otros ámbitos. En este sentido, podemos destacar la relevancia del contexto urbano, el cual parece proporcionar un marco mucho más que apropiado para una atracción turística vinculada con acontecimientos deportivos de diferente índole. De esta manera, citas deportivas de distinta importancia -que pueden ir desde un “derby” futbolístico hasta unos Juegos Olímpicos, pasando por una final de tenis, un campeonato nacional o regional o una maratón popular- pueden convertirse en atractivos turísticos importantes y en absoluto desdeñables.

Un ejemplo de la importancia que puede llegar a alcanzar una cita olímpica en la promoción internacional de una ciudad sede de unos juegos es claramente el de Barcelona. No hay duda de que la fecha clave de 1992 ha sido para esta ciudad un importante punto de inflexión en su historia contemporánea, y no únicamente de cara a las importantes inversiones -en infraestructuras, sin ir más lejos- que recibió, sino -desde la perspectiva que aquí nos interesa revisar- en relación con la promoción internacional a gran escala en la que se vio involucrada y que significó su (re)lanzamiento como un punto de atracción turística internacional de primer orden¹.

Pero no es necesaria una cita olímpica para que una ciudad atraiga visitantes. Citas internacionales anuales -como las maratones de

¹ No en vano, algunas ciudades que han organizado eventos deportivos de una cierta importancia en la última década han buscado precisamente un “efecto Barcelona”. Estos son los casos, por ejemplo, de la Eurocopa de fútbol de Portugal 2004 y de los Juegos olímpicos de Atenas 2004 (cf. Medina, 2006).

Nueva York o Londres o los torneos de Roland Garros (París) o Wimbledon, entre otros-, ocasionales o alternativas -como una final de la Copa Davis-, pueden desplazar hacia una ciudad un importante contingente de personas que aprovechan la cita deportiva como aliciente turístico, con las repercusiones económicas que este hecho implica.

Sin embargo, tales aproximaciones, no agotan las consideraciones a realizar sobre la incidencia socio-económica de los grandes eventos deportivos. Resulta cada vez más evidente la dificultad de este tipo de medidas y se hacen oír más voces críticas. Por ejemplo, en el caso anteriormente citado de los Juegos Olímpicos de Barcelona, se levantaron voces en su momento –pocas- que preveían la incorporación de la ciudad al mercado, convirtiéndola en un producto de marketing, promocionable y consumible, pero menos apta para vivir. En la actualidad podemos leer reflexiones como la siguiente:

“No cabe duda de que se han cumplido con creces las intuiciones de las pocas voces que, en el momento culminante del llamado espíritu olímpico, supieron reconocerlo como un dispositivo puramente retórico al servicio de la terciarización y tematización de Barcelona, de su conversión en un espacio de y para el consumo y su plegamiento a los requerimientos del capital internacional (...)” (Delgado, 2007: 38).

Siguiendo a Gouguet (2001: 73 y ss.), pasaremos a continuación a señalar algunas reflexiones críticas en torno a las consecuencias de los grandes eventos deportivos:

Dificultad de medir consecuencias: debido fundamentalmente a la complejidad de las interacciones y de los flujos de intercambio económico que intervienen, los problemas en delimitar los efectos inmateriales y los efectos indirectos, sin olvidar que en muchos casos “el carácter parcial de la medida, en general limitada a los efectos inducidos positivos, sirve con frecuencia a los intereses de los promotores de los proyectos”;

Importancia de la delimitación espacial y temporal: la limitación de un espacio no es neutra. Los resultados serán diferentes si

consideramos el espacio nacional o, exclusivamente, el local. También la delimitación temporal deberá tener en consideración el antes, el durante y el después, estableciendo además una lectura a corto, medio y largo plazo tanto para los costes como para los beneficios;

Tener en cuenta el efecto de sustitución y el desplazamiento de los gastos de consumo e inversión, los efectos de evicción y las fugas fuera de los territorios.

Por otro lado, sería interesante el procurar no caer en una doble contabilización de las inyecciones, ya que en las proyecciones solemos encontrarnos con una sobreevaluación de la incidencia económica. En esta línea también se manifiesta Késenne (2001: 95) cuando nos dice que “hay que considerar el coste de oportunidad de un proyecto, que es el beneficio del mejor proyecto alternativo”. Para este autor también se produce una sobreestimación de los beneficios netos de los eventos deportivos. Contribuye a esta valoración al alza el hecho de que no se suelen considerar los efectos indirectos, como, por ejemplo, el efecto de sustitución, donde algunos posibles turistas no acuden al lugar, precisamente alejándose del evento (como el efecto de una eurocopa, donde los turistas “normales” se mantienen alejados si se prevé la llegada de “hooligans”). Una sobrevaloración económica que se utiliza como argumento para la justificación del proyecto. Lo cual, para el autor es inadmisibles, ya que en su opinión la legitimidad de un proyecto debe valorarse, especialmente, en relación con la utilidad social que genera: “La conclusión es clara: no basta con calcular la incidencia económica de un proyecto sin calcular cuál es la utilidad del mismo para la población”. (Gouguet 2001: 83).

3.2. Contradicciones entre el Deporte en la Naturaleza y el Desarrollo Local: el caso de México

En los últimos años el “turismo de naturaleza”, es decir, los viajes turísticos motivados por experimentar, conocer, comprender y disfrutar a la naturaleza en su estado más puro y auténtico (México. Consejo de Promoción Turística), se han convertido en la oferta estrella de la promoción turística que dirige el gobierno mexicano.

Entre sus productos encontramos: Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo Rural o Turismo Deportivo. En opinión del gobierno, México tiene atributos diferenciadores a nivel mundial para el turismo de naturaleza. Se encuentra entre los 5 países con mayor biodiversidad del planeta. En su extensión, de unos 2 millones de km², existe una gran diversidad geográfica: selvas y desiertos, planicies y montañas. Cuenta con cuatro costas diferentes y ciento cincuenta Áreas Naturales Protegidas (ANP), puede ofrecer una combinación de recursos naturales y culturales amplia y sorprendente, y mantiene una infraestructura de calidad cercana a áreas naturales, arqueológicas y culturales; aspectos estos especialmente interesantes desde un punto de vista de promoción turística. Así pues, se considera el turismo de naturaleza como una oportunidad para diversificar la oferta de productos del sector y crear modelos de desarrollo sostenible. Alrededor de estas empresas pueden surgir infraestructuras complementarias: hoteles, restaurantes, comercios, etc.

En su estrategia para el mercado nacional considera como público objetivo “diana”, los siguientes “targets”:

Target del Turismo deportivo: Hombres y mujeres entre 25 y 50 años. Nivel ABC+. Profesionales con tiempo e ingresos suficientes para invertir en un “hobby”.

Target Ecoturismo: Hombres y mujeres entre 26 y 43 años. Nivel ABC+. Profesionales con familias.

Target Aventura: Hombres de entre 20 y 35 años. Nivel ABC+. Profesionales.

Se considera que las motivaciones de estos públicos son experimentar nuevas emociones y retos; vivir experiencias que pueda vivir toda la familia y conocer la naturaleza desarrollando actitudes de respeto medioambiental. En efecto, la mayoría de turistas deportivos en la naturaleza son jóvenes, el 48% viajan en pareja y tienen edades entre los 25 y los 45 años. Parece que las prácticas del turismo en los últimos años han evolucionado hacia el “ecoturismo”. Y que así se abren oportunidades para los negocios orientados hacia el turismo de aventura. “Según un estudio de la Secretaría de Turismo (Sector), en México se realizan más de 667 mil prácticas de turismo de aventura y

ecoturismo, controladas por 500 empresas prestadoras de servicios” (Clavijo, 2006). El tipo de empresa que se vincula a esta oferta turístico-deportiva es familiar, pequeñas empresas de carácter local.

Un ejemplo de este tipo de promoción turística que pretende el desarrollo local sostenible lo tenemos en la selva lacandona (Estado de Chiapas). El reto de las comunidades selváticas es integrar el desarrollo rural y la conservación de la naturaleza para el beneficio de la población. Las comunidades de la Selva Lacandona realizan un proyecto de turismo alternativo innovador logrando la integración de la comunidad con el sector privado, académico y gubernamental: Programa de turismo patrimonial comunitario y sostenible.

Las comunidades de la selva lacandona han estructurado un grupo de turismo alternativo ejecutado por la Red de Conservación, Desarrollo y Autonomía de los pueblos indígenas (Red Codapi). Los accionistas socios son los propios comuneros y ejidatarios, lo que garantiza el beneficio directo para ellos. Entre su oferta turística se incluye la convivencia con las diferentes etnias, turismo de aventura, paisajes y cabañas de descanso. Sin duda, un programa de desarrollo sostenible que abre enormes posibilidades.

Sin embargo, también en México tales ofertas turísticas empiezan a manifestar diferentes problemáticas. Por ejemplo, “la falta de emprendedores dispuestos a explotar las regiones del país” (Clavijo, 2007). En este caso, es la administración pública la que trata de estimular mediante créditos blandos, ayudas a fondo perdido y servicios de asesoría especializados, la implantación de este nuevo modelo económico. Otro de los problemas observados es su desigual reparto por el territorio. Sectur ha detectado que 7 estados concentran más del 70% de la oferta nacional de turismo de naturaleza: Baja California Sur, Jalisco, Distrito Federal, Oaxaca, Chiapas, Quintana Roo y Veracruz. Asimismo, entre las características que debe tener una región para desarrollar un turismo basado en el deporte de aventura se encuentran: recursos naturales sobresalientes, accesibilidad, alta calidad en los servicios, cercanía con los principales centros urbanos y destinos turísticos.

Los lugares más atractivos para realizar actividades de turismo de aventura son las Áreas Naturales Protegidas (ANP) debido a su gran

ecodiversidad. Sin embargo, la falta de programas de manejo de las ANP es uno de los principales problemas para desarrollar de manera sustentable el mercado ecoturístico. La Sector detecta que de los 20 sitios más visitados, 11 se encuentran en un ANP y sólo 5 cuentan con un programa de Manejo publicado. Aunque existen normas reguladoras, no existen políticas estrictas para revisar el cumplimiento de los servicios y la capacitación de los operadores. El futuro sostenible de este tipo de programas, su impacto real en la transformación económica y en los modos de vida locales está por ver. La apuesta por el turismo deportivo como desarrollo sostenible nos lleva al desarrollo contingente, a los riesgos de su implementación.

CONCLUSIÓN

Al hablar de desarrollo, medio ambiente y deporte, consideramos oportuno adoptar una postura constructivista que permita permanentemente re-construir una “segunda observación” sobre los criterios y parámetros con que se establecen las diferencias que nos permiten in-formar nuestro medio ambiente. Son los sistemas sociales los que “construyen”, si no el entorno ecológico, si el conocimiento sobre él. De tal forma que nunca podremos estar “seguros” de que nuestro comportamiento es el que mejor interactúa con el medio, ni siquiera podremos afirmar que los resultados hoy válidos y aceptados lo sean en un futuro. Las incertidumbres del entorno superan con mucho la capacidad de planificación y gestión de los sistemas sociales.

¿Podemos afirmar, por tanto, que un sistema económico determinado garantiza mejor la sostenibilidad del entorno? De acuerdo con la teoría sistémica desarrollada por Luhmann no hay ninguna seguridad de que así sea. Ya plantea un problema la propia tematización del entorno (que sólo existe en referencia al sistema). Por tanto, ese entorno sólo existirá en tanto sea significativo para el sistema local concreto, pero de ninguna manera podemos considerar que el acoplamiento estructural, independientemente de cuál fuese, sea óptimo o perfecto. ¿Cuántos elementos del entorno quedan fuera de su observación? Recordemos que el entorno es siempre más complejo que el sistema. Otra dificultad surge de considerar que, más allá de nuestros impactos,

el entorno tiene sus propias transformaciones. El equilibrio con el entorno no puede ser otra cosa que dinámico. Sólo una estabilidad dinámica es prueba, que no garantía, de supervivencia. Y en esta perpetua evolución (no diseñada y sin destino final) tienen muchas más posibilidades (alternativas) de selección las propuestas de interacción con el entorno complejas y plurales, que las simples y exclusivas. Sólo la complejidad puede reducir complejidad. Por ejemplo, la escasa diferenciación interna de las sociedades llamadas “simples” produce una gran redundancia y recurrencia en los parámetros básicos del sentido y, por tanto, establecen con claridad sus expectativas. Pero es precisamente esta falta de perspectivas la que no otorga capacidad de selección entre diversas alternativas.

La proliferación de subsistemas sociales con códigos axiales diversificados y contradictorios problematiza la integración sistémica y muestra la sociedad en continua crisis. No obstante, es esta una noción de crisis y de riesgo que abre expectativas y alternativas de futuro. Quien toma una decisión no se puede proteger con seguridad de posibles daños futuros, sin embargo el no decidir también es un riesgo. Desarrollo o no desarrollo; siempre riesgo. La observación y la observación de la observación y así sucesivamente nos ofrecerán diferentes parámetros de incertidumbre y riesgo. Pero sólo corriendo riesgos podremos evitarlos.

El desarrollo contingente no es el mejor, pero es el único posible. La implantación de la actividad físico-deportiva en el entorno natural, en cualquiera de sus variantes: deporte verde, deporte de aventuras, deporte de riesgo, turismo activo, etc., pretende abrir el sistema socioeconómico y cultural de la población rural y de los sistemas sociales locales a nuevas expectativas que introduzcan, en el futuro, mayor desarrollo contingente, con sus posibilidades y sus límites.

El turismo deportivo, en sus diferentes modalidades, se ha convertido en un elemento destacado de las políticas de desarrollo. Sin embargo, se presenta como una realidad compleja, cambiante y multidimensional, de difícil evaluación. A pesar de que en su imagen subyacen unos supuestos valores deportivos higienizantes, modernizadores, saludables y sostenibles, la implantación del mismo presenta tensiones todavía no resueltas. Las soluciones económicas,

sociales y medioambientales prometidas a través del turismo deportivo están en riesgo.

BIBLIOGRAFÍA

BAUMAN, Z (2000), *Modernidad Líquida*, Buenos Aires, FCE.

BECK, U. (1998), *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona, Paidós.

BECK, U. (2001) “Vivir nuestra propia vida en un mundo desbocado. Individualización, globalización y política, a A. GIDDENS y W. HUTTON (ed.), *En el límite. La vida en el capitalismo global*, Barcelona, Tusquets.

CLAVIJO, D. (2006) “Apuesta por la naturaleza”, Empresa y Empresarios, México D.F., 5 de mayo de 2006 (consultado: 5 de mayo de 2008). http://empresarios.mundoejecutivo.com.mx/articulos.php?id_sec=6&id_art=142.

DELGADO, Manuel (2007), *La ciudad mentirosa. Fraude y miseria del “modelo Barcelona”*. Madrid, La Catarata.

GARCÍA FERRANDO, M.; PUIG, N. y LAGARDERA, F. (1998). *Sociología del Deporte*. Madrid, Alianza Editorial.

GARCÍA FERRANDO, M. (2006) *Posmodernidad y Deporte: Entre la individualización y la masificación. Encuesta sobre hábitos deportivos de los españoles 2005*. Madrid, CSD/CIS.

GONZÁLEZ, M. y MOSCOSO, D. (2006) “Hacia un sistema deportivo integrado y sostenible: la interlocución y la prevención en el proceso de instauración del deporte en espacios naturales protegidos y las zonas rurales”, en X. PUJADAS et al. (comp.), *Culturas deportivas y valores sociales*. Madrid: Esteban Sanz.

GOUGUET, J. J. (2001), “La incidencia económica del espectáculo deportivo: definición y medida”, en J. M. OTERO (dir.) *Incidencia económica del deporte*. Málaga, IAD.

KÉSENNE, S. (2001), “El problema de los estudios de incidencia económica en el deporte” en J. M. OTERO (dir.) (2001) *Incidencia*

económica del deporte. Málaga, IAD.LATIESA, M. y PANIZA, J. L. (2006), “Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis”, in *Revista Internacional de Sociología*, LXIV, 44.

LIPOVETSKY, G. (1990), *La era del vacío, Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, Barcelona, Anagrama.

LIPOVETSKY, G. (2007), *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Barcelona, Anagrama

LIPOVETSKY, G. y CHARLES, S. (2006), *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona, Anagrama.

LUHMANN, N. (1998). *Complejidad y modernidad. De la unidad a la diferencia*. Madrid, Trotta.

MEDINA, F. X. (2006) “Deporte, desarrollo, turismo y retos sociopolíticos: los casos de la Eurocopa de Fútbol Portugal 2004 y de los Juegos Olímpicos de Atenas 2004”, in X. PUJADAS et al. (comp.), *Culturas deportivas y valores sociales*. Madrid, Esteban Sanz.

MEDINA, F. X. y SÁNCHEZ, R. (2004), “Deporte, turismo y desarrollo local”, *Studium. Revista de humanidades*, 10.

MEDINA, F. X. y SÁNCHEZ, R. (2005) “Actividad físico-deportiva, turismo y desarrollo local en España”, *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, 3 (1). <http://www.pasosonline.org/Publicados/3105/PS070105.pdf>.

MERINO MANDLY, A. (1998) “Planteamiento y orientación del Encuentro de estudio sobre el Turismo en Andalucía, 1998”, in *Primer Encuentro de Estudios sobre Turismo deportivo en Andalucía*. Málaga, IAD, 23-24 de octubre (inédito).

MOSCOSO, D. y MOYANO, E. (coord.) (2006), *Deporte y desarrollo Rural*. Málaga, IAD

MOSQUERA, M. J et al (comp.) (2003), *Deporte y postmodernidad*. Madrid, Esteban Sanz.

NARANJO, I. y ALONSO, V. L. (2006), “Claroscuros: turismo deportivo en Canarias: una aproximación al fenómeno a través del análisis de contenido de prensa y páginas web”, en PUJADAS, X. et

ai. (comp.), *Culturas deportivas y valores sociales*. Madrid: Esteban Sanz.

OTERO, J. M. (dir.) (2001), *Incidencia económica del deporte*. Málaga, IAD.

REBOLLO, S. y LATIESA, M. (eds.) (2002), *Salidas profesionales en el campo del turismo deportivo*. Málaga, IAD.

SÁEZ, M. (2001), “La actividad económica del turismo de golf en España. Especial análisis de la comunidad andaluza”, in J. M. OTERO, (dir.) *Incidencia económica del deporte*. Málaga, IAD.

SALVADOR, J. A.; FRAILE, A.; ARRIBAS, H. (2006), en PUJADAS, X. et al. (comp.), *Culturas deportivas y valores sociales*. Madrid: Esteban Sanz.

SAN SALVADOR, R. (1998) “Políticas de Ocio y Turismo: Hacia un modelo relacional de intervención”, en MARTÍNEZ DEL CASTILLO, J. (Comp.) *Deporte y calidad de vida*. Madrid: Esteban Sanz.