

TURISMO DEPORTIVO DE LITORAL: UN ANÁLISIS DESDE LA OFERTA

Dra. MARIA DILMA SIMÕES BRASILEIRO

Professora do Departamento de Educação Física (DEF) – Universidade Federal da Paraíba (UFPB)
Coordenadora do Laboratório de Estudos e Pesquisas em Lazer, Corpo e Sociedade (Lacos) –
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq),
Departamento de Educação Física (DEF) – UFPB
E-mail: dsbrasileiro@gmail.com

Dra. SOCORRO REBOLLO

Professora da Faculdade de Ciências da Atividade Física e Esportes –
Universidade de Granada (Espanha)
E-mail: srebollo@ugr.es

Dr. JULIO CÉSAR CABRERA MEDINA

Professor do Departamento de Relações Internacionais da Universidade Estadual de Paraíba (UEPB)
Pesquisador Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) – Fundação de
Apoio à Pesquisa da Paraíba (Fapesq)-UEPB, Desenvolvimento Científico Regional (DCR)

RESUMEN

Deporte y turismo constituyen dos grandes fenómenos en el umbral del siglo XXI. La oferta y demanda del deporte y turismo han ido creciendo y diversificándose en las últimas décadas. En el presente artículo, realizamos un análisis de la convergencia de estas dos manifestaciones del ocio, conceptuando el turismo deportivo y buscando comprender su desarrollo en el momento actual. Conocer esta realidad es fundamental, para poder comprender e intervenir en este importante sector turístico deportivo, así como poder actuar de forma eficaz en los diferentes ámbitos académicos y gestores del turismo deportivo.

PALABRAS CLAVES: Turismo deportivo; ocio deportivo; deporte en la naturaleza; turismo de litoral; deporte de aventura.

INTRODUCCIÓN

La relación entre realidad e investigación es una relación compleja, esto es, cualquier objeto de estudio social tiene múltiples dimensiones, puede ser analizado desde diferentes perspectivas teóricas y desde la metodología cualitativa y/o cuantitativa. Como hemos recogido en otro lugar, la investigación empírica en las ciencias sociales requiere de la circularidad dialógica (CABRERA MEDINA, 2005) y de la pluralidad metodológica (BRASILEIRO, 2005). De esta forma, nuestro propósito en este ensayo consiste en realizar una delimitación conceptual que permita orientar las investigaciones empíricas desde la perspectiva de la oferta y la gestión del turismo deportivo de litoral, delimitando sus diferentes dimensiones y características esenciales para su explicación y/o comprensión.

Esta preocupación conceptual e metodológica se genera a partir del creciente desarrollo del deporte y turismo a lo largo del siglo XX. La creciente importancia de dichas prácticas como realidad económica y cultural ha despertado el interés de los más variados sectores de la sociedad contemporánea. Así por ejemplo, el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE) realizó una investigación sobre el deporte en 2003 recogiendo y analizando abundante información sobre el personal ocupado, instalaciones y equipamientos existente o en construcción, propietario de las instalaciones, así como convenios y acuerdos del gobierno del Estado relacionados con el desarrollo de acciones, proyectos y programas sobre las prácticas deportivas. Por su parte, el Plan Nacional de Turismo 2003-2007 del Ministerio de Turismo Brasileño reconoce la importancia del turismo en la creación de empleo y la generación de divisas. Así mismo, el plan reconoce, en su diagnóstico, la insuficiencia de datos, informaciones, investigaciones sobre el turismo brasileño y deficiencias en la gestión relacionada con el turismo.

Las actividades relacionadas con el deporte, por una parte, y las turísticas, por otra, han sido históricamente llevadas a cabo de forma separadas. Mientras tanto, en las últimas décadas, hemos observado una confluencia entre ambas prácticas de ocio (GARCIA FERRANDO, 2001a; LATIESA, 2001; ESTEVE SECALL, 2001; REBOLLO, 2002). Aunque las conexiones entre turismo y deporte son diversificadas y se encuentran en expansión, sólo ha sido en los últimos años cuando han empezado a estudiar, tanto teórica como empíricamente, las vivencias concretas de dichas actividades y que han reconducido una nueva orientación en su planificación y gestión*. Asimismo,

* Como señala Garcia Ferrando (2001b, p. 17), "es bien cierto que la interacción entre ambas actividades tal como se conoce actualmente, ha tenido lugar en cierto modo desde hace siglos como lo pone de manifiesto el ya tradicional desarrollo del alpinismo en Europa, pero sólo ha sido con el desarrollo relativamente reciente del turismo de masas, en la segunda mitad del siglo XX, y con la creación de un mercado turístico internacional, cuando el turismo deportivo ha adquirido su actual importancia".

la conjugación del deporte y el turismo, casi siempre en contacto con la naturaleza, ha posibilitado en el turismo, principalmente en destinos tradicionales como España, la atracción de una demanda tanto nacional como internacional, que busca unas vacaciones más activas (LATIESA; VELA TORRES; PANIZA, 2001).

Lo cierto es que, deporte en la naturaleza implica desplazamiento y es en este punto cuando el deporte y el turismo se unen para definir un nuevo producto (REBOLLO, 2002). Observamos que la elección de un destino turístico está cada vez más en función de las actividades complementarias que se pueden realizar, entre las que se encuentran las deportivas. Si por un lado el turismo adquiere cada vez más una forma activa, por otro, el ocio turístico vinculado a una actividad deportiva está posibilitando la difusión de varias disciplinas deportivas.

En este contexto, la simbiosis entre deporte y turismo seguirá intensificándose, en la misma medida que seguirá desarrollándose la expansión tanto del turismo de masas como del deporte, que abarcan cada vez mas grupos de la población, al mismo tiempo que continua ampliándose los periodos y diversificando los productos. Según Latiesa, Simões-Brasileiro y Rebollo (2001), hay diversas tendencias que favorecerán el desarrollo del deporte en la actividad turística. Entre esas tendencias podemos citar:

1. La popularidad de los eventos deportivos se ha incrementado considerablemente. Por consecuencia, se lleva a cabo una amplia y cuidada programación de una gran variedad de eventos, que requieren desplazamiento y, por tanto, viajar;
2. La existencia de un amplio conocimiento de los beneficios que tienen para la salud la participación en actividades deportivas, que influenciará la práctica deportiva durante las vacaciones;
3. La apreciación del valor del deporte en las relaciones económicas nacionales e internacionales, por parte de los gobiernos y los líderes. Respecto al turismo, la sensibilidad económica ha sido mayor que en el deporte;
4. Diversificación de la demanda y mayor grado de exigencia, lo que precisará una oferta y unos servicios más especializados. El turista confeccionará el viaje "a su medida" teniendo en cuenta sus propios gustos y necesidades;
5. Experiencias fuertes en los viajes y en los destinos. Es decir, vacaciones activas, de aventuras y conectadas con la naturaleza. Los deportes en la naturaleza cobrarán gran relieve de cara a este siglo;
6. Relación del turismo con la salud, que si bien siempre ha estado relacionado, se prevé que de cara al futuro gozará de mayor atención.

EL CONCEPTO DE TURISMO DEPORTIVO

Ahora bien, a parte de situar las tendencias, los estudios sobre la relación entre turismo y deporte han intentado aclarar algunas claves de esta relación. Al buscar una definición para la conexión entre deporte y turismo, podemos afirmar que hay dos elementos fundamentales: el primer elemento, es la noción de desplazamiento o viaje de un lugar a otro. Este desplazamiento está asociado a un segundo elemento: la realización de alguna práctica física o deportiva o bien a la asistencia a algún espectáculo deportivo durante el viaje. Estos dos elementos conllevan, por lo tanto, que el viaje posea una connotación de turismo activo y con motivaciones relacionadas a las actividades físico-deportivas.

Sin embargo, conceptualizar el deporte en la actividad turística conduce a algunas encrucijadas: por una parte, existe una pluralidad conceptual entre los estudiosos y el público en general al determinar lo que es deporte, y por consecuencia, a lo que podemos considerar como turismo deportivo; por otra parte, la relación entre deporte y turismo conduce a la indefinición del concepto que prevalece uno sobre el otro, es decir, ¿el deporte conduce a la actividad turística o la actividad turística conduce al deporte?

Ya se han formulado varias definiciones sobre la relación existente entre el deporte y el turismo – Brasileiro (2007b), De Knop (1995), Latiesa, Paniza y Madrid (2000), García Ferrando (2001b), Rebollo (2002), Esteve Secall (2001), Contreras (2002) –, enunciadas desde distintas disciplinas académicas y condicionadas por las perspectivas teóricas que siguen los autores de las mismas. Algunas definiciones apenas asocian lo deportivo a los deportes reglados/institucionalizados o a prácticas marcadamente definitivas como físico-corporales, mientras que otras se basan en criterios más amplios e incorporan al concepto de deporte todas las prácticas de carácter deportivo y también las activas, como dar un paseo o participar activamente en prácticas recreativas.

García Ferrando (2001b) subraya la dificultad que presentan los intentos teóricos de conceptualizar actividades tan abiertas y cambiantes como son el turismo y el deporte. Argumenta este autor que, en ese tipo de conceptualización pueden quedar fuera de sus contornos, actividades que de un modo u otro contienen elementos que resultan difícil de excluir. En esta misma línea, Esteve Secall (2001, p. 135), refiriéndose a la diferencia entre turismo deportivo y deporte turístico, subraya que “podemos convenir en que cada vez más, esa sutil diferencia entre uno y otro concepto, se va borrando”. En este contexto y a falta de explicaciones satisfactorias, asumimos el concepto turismo deportivo, tanto para caracterizar a las actividades físico-deportivas, como para las actividades físico-recreativas demandadas en la actividad turística.

Por lo tanto, el binomio turismo y deporte, tanto como área de estudio o como práctica de ocio ha visto su eclosión y popularización a partir de la segunda mitad del siglo XX, constituyéndose en un mercado con gran rentabilidad social y económica y un campo de estudio con muchas preguntas y problemáticas para ser resueltas. Considerando este contexto actual del turismo deportivo, vamos a pasar a analizarlo como una actividad socioeconómica y cultural a partir de la oferta.

LA OFERTA DEL TURISMO DEPORTIVO

La oferta del turismo deportivo se encuentra en un tejido de relaciones con diferentes agentes sociales involucrados. De esta forma, agentes de los más variados sectores de la sociedad están integrados en una red de intereses y exigencias, de posibilidades y oportunidades, de influencia, de cooperación y competencia (DE PABLOS; CABRERA MEDINA, 2004). Comprender e intervenir en ésta realidad social pasa a ser uno de los elementos claves de la gestión en el ámbito del turismo deportivo.

Y es que, en las sociedades actuales, podemos hablar de un nuevo entorno en la gestión, que traspasa las características del mercado tradicional/moderno, basadas en el espacio y el tiempo. Las transformaciones de la sociedad actual – pasando de una sociedad industrial hacia una sociedad de la información y el conocimiento (CASTELLS, 1995; LASH, 1997) – están trayendo como consecuencia, que los procesos de consumo se modifiquen, ya sea en la distribución, elaboración de los productos y servicios o incluso, en la aparición de nuevos.

Las empresas del sector terciario, basadas fundamentalmente en ofrecer servicios personalizados y de calidad a los clientes, han tenido claro la importancia que está asumiendo el planteamiento de sus actividades, valorando la interacción entre la oferta/demanda de los productos y servicios ofertados. Dentro de este contexto actual de gestión, en la oferta del turismo deportivo hay que considerar la calidad de los servicios, que son esenciales para el éxito de las instituciones y empresas en este sector del ocio.

En grandes rasgos, en lo que se refiere a la oferta del turismo deportivo, la misma está constituida por:

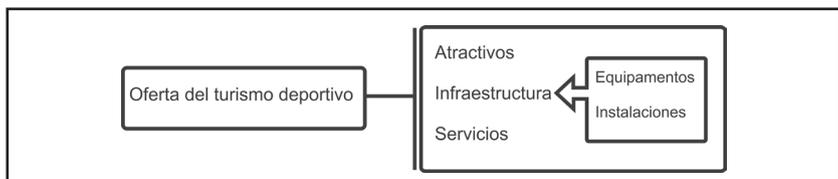


Figura 1: Componentes de la oferta del turismo deportivo

En la oferta de los atractivos¹ se integran los atractivos naturales – el clima, las playas, las montañas y similares – y los generados por el hombre – villas olímpicas, circuito de motocross, campos de *golf*, museos deportivos y similares –. Son estos atractivos que motivan el desplazamiento de individuos y grupos y conforman la base para el desarrollo del deporte en un destino turístico.

Como señala Esteve Secall (2001), la existencia de potencialidades naturales para la práctica de determinados deportes se constituye en germen de un desarrollo turístico. Como ejemplo de este hecho podemos citar Fernando de Noronha/Brasil: las condiciones de los corales y el mar significan la atracción de turistas buceadores y submarinistas.

Mientras tanto, no son sólo los atractivos lo que garantizan el desarrollo de dichas actividades. Es necesario crear una infraestructura². La infraestructura está constituida por dotaciones de estructura física de base con las que cuenta un país, región o localidad. Forma parte de una red en la que puede servirse a varios sectores, sin depender especialmente de ninguno de ellos, como son los sistemas de transportes, comunicaciones, servicios urbanos etc.

En la infraestructura se incluyen los equipamientos, que ya están más directamente asociados al turismo deportivo, como son: los embarcaderos, amarraaderos, los aparatos deportivos, el alquiler de material para actividades deportivas, señalización de rutas, otros medios auxiliares etc. Las instalaciones, como elemento constituyente de la infraestructura, son construcciones o adaptaciones destinadas al turismo deportivo, es decir, son los espacios físicos construidos o adaptados para la práctica deportiva, para las diversas formas de alojamiento, de restauración etc. Los servicios constituyen las informaciones, programas, guías deportivos y/o turísticos etc.

La oferta del turismo deportivo es, por lo tanto, un conjunto de atractivos naturales y/o culturales que, en su esencia, constituye la base del desarrollo de dichas actividades. Son esos atractivos los que provocan la afluencia de los visitantes. A este conjunto se agregan la infraestructura y los servicios producidos, para dar

¹ Para Boullón y Molina (1999), hay que hacer una distinción entre recurso y atractivo, para no llamar indistintamente a los atractivos turísticos con el nombre de recursos. Según este autor, la palabra recurso pasó inadvertidamente de la teoría económica del turismo. Pero los conceptos pasados de la teoría económica hacia el turismo conlleva confusiones, porque en economía se entiende por recurso a la suma de tres factores: recursos naturales, recursos humanos y recursos de capital.

² Como señala Contreras (2002, p. 66), “podríamos diferenciar entre actividades que exigen transformaciones de espacios, que suponen un alto impacto ambiental, y aquellas consideradas de bajo impacto, en lo que a transformación del medio se refiere: el *golf* exige grandes transformaciones del medio, mientras que el senderismo se practica en sendas y caminos ya existentes”.

consistencia al consumo de dichas atracciones. Así pues, las atracciones naturales y/o culturales, la infraestructura y los servicios componen los elementos que integran la oferta del turismo deportivo.

Asimismo, desde el punto de vista organizativo, la oferta del turismo deportivo es el resultado de varias actividades económicas y se emplean de una infinidad de bienes y servicios de otros sectores productivos, como son la agricultura, la industria y otros servicios del sector terciario. La conjunción de estos elementos de la oferta del turismo deportivo se integran en una modelo de gestión de dichas actividades.

Según Salvador Del Valle (1998, p. 473), en lo que concierne a la gestión, uno de los ejes de la intervención está en el proceso-resultado. La intervención como proceso prima los medios, las herramientas, los estilos y los procedimientos frente a los productos finales. Mientras que la intervención como resultado, es aquella centrada en la producción, promoción, distribución y difusión de un bien, producto o servicio. En un número elevado de situaciones, la prioridad del proceso puede alcanzar una intencionalidad en la que el fin está más allá de los objetivos propios de la intervención turística, cultural, deportiva o recreativa, para derivar en otros de carácter social (SALVADOR DEL VALLE, 1998).

En este contexto, la gestión en el turismo deportivo pasa por acciones que, además de su carácter económico, busca responder a problemáticas medioambientales y socioculturales. Eso se debe a que la clave de la gestión actual esta en la superación de esquemas conceptuales y metodológicos anticuados, como son los basados en planteamientos rígidamente intervencionistas y totalmente ajenos a la participación de los demás agentes involucrados. Por el contrario, la tendencia en la actualidad es imponer la adopción de un estilo de planificación flexible, dentro de una planificación conjunta de los agentes involucrados y cuya intervención prima las acciones como proceso. Es en este esquema conceptual y estratégico donde enmarcamos la gestión de las prácticas del deporte en el turismo de litoral.

EL DEPORTE COMO OFERTA EN EL TURISMO DE LITORAL

Entendemos por la oferta del deporte en el turismo de litoral, a toda actividad deportiva que el destino turístico de litoral dispone y que puede ocupar el tiempo de ocio³ de los visitantes, abarcando los atractivos naturales y/o generados por el

³ Definimos ocio como experiencias subjetivas, materializadas en actividades físico-deportivas, artísticas, turísticas, recreativas y de voluntariado que forman parte de una estructura social, manifestadas por un periodo de tiempo y sin carácter de obligación. Así mismo, ocio forma parte de un tiempo para la satisfacción de uno mismo, con un grado relativamente elevado de elección individual dentro de un contexto social (Brasileiro, 2007a).

hombre, los bienes y servicios públicos y privados. A partir de los atractivos deportivos existentes en un destino y en función de los espacios para las prácticas, el desarrollo del deporte como oferta turística, puede darse dentro de cinco ámbitos:

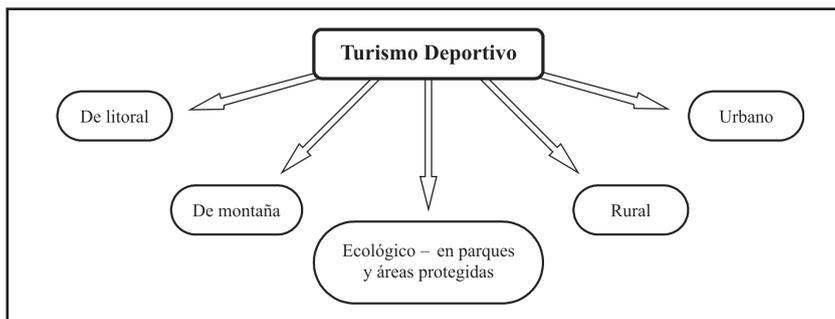


Figura 2: Ámbitos de la oferta del deporte turístico

Basándonos en estos ámbitos de prácticas, relacionamos el turismo deportivo con las actividades físico-deportivas que se desarrollan en ambiente de litoral, sea este ambiente de playa o en las cercanías⁴. Asimismo, considerando estos ámbitos y los elementos constitutivos del deporte en el turismo, es decir, desplazamiento/viaje y práctica físico-deportiva, definimos el turismo deportivo de litoral como *aquella actividad físico-deportiva realizada en la actividad turística de litoral, en la que el visitante puede asumir el papel de espectador o practicante. Como visitante practicante, la práctica físico-deportiva puede ser la primera motivación del viaje o una actividad complementaria y/o ocasional.*

El turismo deportivo de litoral es, por lo tanto, una de las manifestaciones de ocio que asocia la práctica turística de litoral con las prácticas físico-deportivas y, es una construcción psicosocial de las sociedades contemporáneas. Se diferencia de las otras modalidades turísticas por la conexión entre el litoral y las prácticas físico-deportivas. A veces, en las prácticas físico-deportivas puede introducirse un elemento de dificultad física, como es el caso de los deportes de riesgo, caracterizándose así por el riesgo asumido por el visitante-practicante.

A partir de esta definición y matizaciones, el desarrollo del turismo deportivo de litoral puede darse dentro de dos modelos de oferta:

⁴ Por ejemplo, actividades físico-deportivas que son realizadas en el delta de un río no están en el ambiente de playa, mientras que geográficamente se encuentran en un ambiente de costa. Lo mismo se puede pasar con el rappel en rocas, que se localizan en las costas, incluso no estando en la playa propiamente dicha.

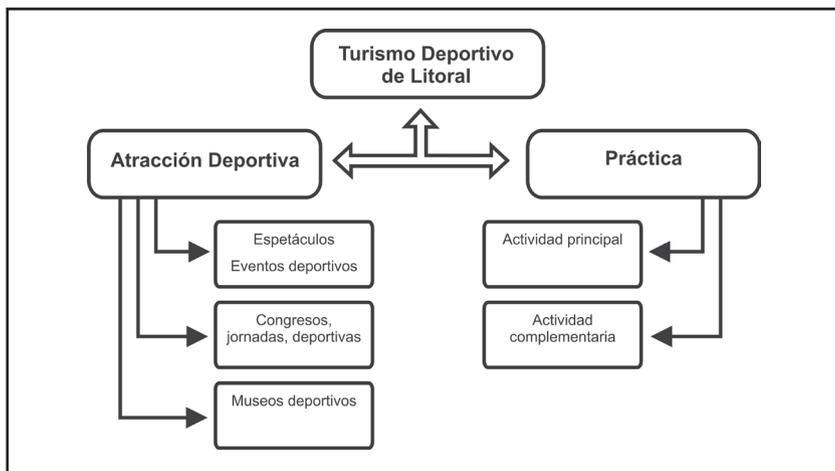


Figura 3: Atracción y práctica deportiva

En el primer modelo, el deporte es presentado a los visitantes como una atracción, en la cual la participación del visitante es la asistencia. La asistencia se resume a eventos deportivos – como pueden ser los Campeonatos de Voleibol Playa, las Regatas etc. –, exhibiciones y demostraciones deportivas, asistencia a Congresos y Jornadas cuyo tema principal es el deporte, visita a museos y monumentos deportivos etc.

La finalidad de este tipo de oferta, es el deporte entendido como evento y/o espectáculo. Estas son actividades físico-deportivas que se comercializan turísticamente y que están dentro del plan turístico del destino que pueden acontecer sistemáticamente – en cada temporada deportiva –, eventualmente – la elección de un determinado destino turístico para la realización de un campeonato de una determinada modalidad deportiva o la realización de un congreso – o permanentemente como un museo y/o monumento deportivo. Como señala Torres Bernier (2001) esta vía se ha mostrado particularmente eficaz para dar a conocer determinados lugares que han terminado siendo, si no lo eran ya antes, destinos turísticos consolidados.

El segundo modelo, presenta dos opciones diferenciadas: por una parte, el deporte se desarrolla como la oferta principal del destino, con la intencionalidad e inversión financiera de la oferta en actividades físico-deportivas, estando los demás elementos de la oferta turística – la infraestructura y los servicios – como elementos complementarios de dichas actividades. Este es el turismo fundamentalmente deportivo.

Según Contreras (2002), esta es una modalidad turística que pivota sobre

grandes complejos deportivos o sobre espacios naturales excepcionales que son capaces de atraer practicantes desde miles de kilómetros. Sin pretender una clasificación exhaustiva, el autor incluye en esta modalidad turística el alpinismo, la escalada, el esquí, el *golf*, la navegación, la vela, el *windsurf*, el deporte aéreo, el submarinismo entre otros.

Dentro de este segundo modelo se encuentra las actividades físico-deportivas como un atractivo complementario a la oferta turística, es decir, el deporte es un elemento que enriquece la oferta turística cubriendo el tiempo de ocio de los visitantes cuando están en el litoral. Esta tipología se refiere al visitante que durante su estancia en el litoral practica, entre otras actividades, algún tipo de deporte. En este caso, consideramos la actividad física y deportiva como un complemento del atractivo del destino turístico de litoral, de manera que los visitantes no necesariamente practican actividades físico-deportivas, aunque el destino las incluya en su oferta. Este es el caso típico de los destinos turísticos con una gran riqueza natural, que ofrecen al visitante la posibilidad de disfrutar no sólo del “sol y playa”, sino también de la posibilidad de participar en prácticas de buceo, de vela ligera, rutas a caballo, senderismo o rutas cicloturistas etc.

LA GESTIÓN DEL DEPORTE EN EL TURISMO DE LITORAL

El deporte como oferta básica o complementaria en el turismo, puede ser analizado desde la motivación individual del visitante hacia la elección de un destino o desde la perspectiva de la gestión, estrategia de promoción y de imagen del destino turístico.

Desde la motivación del visitante, es decir, desde la perspectiva de la demanda, encontramos una vertiente activa en las actividades deportivas, en la que el visitante-practicante busca el destino turístico principalmente por sus cualidades naturales o culturales para la práctica de un determinado deporte; como ejemplo, podemos citar los viajes deportivos para practicar el *golf*, el buceo, la vela, el *surf* etc.

Otra vertiente de la motivación del visitante se sitúa en el destino visitado que ofrece determinadas posibilidades de actividades deportivas y el visitante, que se encuentra en dicho destino, las practica. Así que, en ésta vertiente de la organización del viaje, el deporte no es el motivo principal, sino una actividad complementaria como puede ser una excursión o una visita a un museo deportivo. Ésta participación activa en el deporte puede ser sistemática, como por ejemplo caminar todos los días o esporádicamente en la playa o como realizar una excursión para bucear.

Desde la perspectiva de promoción de imagen de un destino turístico, es decir, desde la perspectiva de la oferta hay, por un lado, una gestión estratégica en

la que confluyen combinaciones de atractivos natural y/o cultural, infraestructura y servicios hacia la promoción de las actividades deportivas como principal reclamo de la visita a un destino de litoral. Por otro lado, el deporte como actividad complementaria, la estrategia de la gestión es el turismo de litoral, constituyendo las actividades deportivas un cuadro de oferta complementaria, es decir, una posibilidad más de ocio para los visitantes.

Quizá convenga que ejemplifique lo que son los atractivos para las actividades deportivas en el turismo de litoral. Estos atractivos están constituidos por los recursos naturales o culturales que favorecen a las actividades deportivas, como el buceo, la vela, el parapente, un deporte con tradición en determinada localidad etc. Es decir, son los recursos naturales y/o culturales que favorecen a la práctica deportiva y que es el producto – básico o complementario – de promoción de un destino turístico de litoral.

Asimismo, dentro de una oferta de turismo de litoral que tenga el deporte como actividad complementaria, podemos incluir las prácticas deportivas asociadas a la cultura del destino de litoral, es decir, actividades como las danzas, juegos y deportes locales, además de las actividades deportivas como: tenis de playa, caminata, voleibol de arena etc.

En la infraestructura para el desarrollo del deporte en un destino turístico de litoral, encontramos las instalaciones y los equipamientos. Las instalaciones son constituidas por los polideportivos – según las reglas y normas que rigen la correspondiente disciplina deportiva –; las construcciones o adaptaciones de la naturaleza para las prácticas – como por ejemplo para la práctica de parapente, descenso de barrancos, ala delta, escalada, buceo etc. –; los espacios cuya utilización primaria no está relacionada con el deporte, pero que es utilizado por éste etc. Los equipamientos son los aparatos y material deportivo que son necesarios para la realización de cada disciplina deportiva en el ambiente de litoral.

En consonancia con los atractivos y la infraestructura para el deporte en el turismo de litoral está la puesta en marcha de los servicios, como son:

- formación, guía y asistencia a los visitantes para el aprendizaje de una disciplina deportiva como submarinismo, ala delta, *surf* etc.;
- asesoría de especialistas en el entrenamiento/ejercicio de los visitantes, que sirve para la mejora de las habilidades deportivas en prácticas que utilizan atractivos del litoral;
- asesoramiento a los visitantes en programas de iniciación en los aparatos deportivos, conductas saludables en las prácticas realizadas en el litoral etc.;
- oferta de programas para las prácticas de senderismo, cicloturismo y

turismo ecuestre de autoorganización en la actividad turística de litoral;

- oferta de prácticas corporales – como yoga, tai chi, aeróbic – en la playa para los visitantes; bailes y manifestaciones de la comunidad local; deportes colectivos e individuales etc.

En cuanto a las entidades que pueden ofertar y gestionar los servicios deportivos en el turismo de litoral, podemos destacar las agencias de viaje – mayoristas y minoristas –, los profesionales autónomos, las empresas de guías locales, las empresas especializadas en actividades deportivas, empresas que venden o alquilan material deportivo y la administración pública (REBOLLO, 2002).

LA TIPOLOGÍA DEL DEPORTE EN EL TURISMO DE LITORAL

La tipología es una clasificación multidimensional, una categoría abstracta con referente empírico, que ayuda a comprender la realidad social. Según García Ferrando (2001b), dado que las manifestaciones del deporte en el turismo son extremadamente diversas y se encuentran en continuo crecimiento, es necesario encontrar una clasificación que contribuya a complementar los realizados desde una óptica más estrictamente económica⁵.

Atendiendo a esta necesidad, hemos clasificado las actividades deportivas a partir del ambiente físico. Esta clasificación permite situar la posición de diferentes actividades deportivas en el contexto del turismo de litoral, según el carácter de las actividades y el espacio físico-ambiental utilizado. Así se obtiene la clasificación de los deportes en el turismo de litoral:

- deporte aéreos: parapente, ala delta, paracaidismo, ultraligero, vuelo a motor, globos aerostáticos etc.;
- deportes acuáticos: náutica: vela, *winsurf* – deslizamiento, acrobático –, motos acuáticas, *surf* – deslizamiento, acrobático –, canoas o piraguas de mar etc; actividades de inmersión: buceo, submarinismo, espeleosubmarinismo etc.; pesca marítima – caña y fluvial –; de superficie submarina – red, arpón, fusil –; esquí acuático; remo etc.;
- deportes de suelo/terrestre: *golf*, tenis, cicloturismo, senderismo, deportes en la arena, escalada, orientación recreativa y deportiva – con mapa, brújula

⁵ Para un estudio detallado de la clasificación del turismo deportivo remitimos al lector: García Ferrando (2001b), Rebollo (2002) y Latiesa (2001).

etc. –, puenting y elasting, recorridos a caballo, recorridos de pistas – sin utilización de elementos de orientación –, *surf* y esquí en dunas, aeróbic en la playa, circuitos de *mountain bike*, motos, *squad* etc.

En cualquier caso, esta clasificación operativa de las actividades dentro de los espacios de actividades de aire, agua y suelo/terrestre ha de considerarse abierta, pues no existen límites del desarrollo de las mismas o de la aparición de nuevas prácticas del turismo deportivo de litoral. Es decir, no existen límites desde que estos no sean impuestos por la sostenibilidad, pues cada uno de estos espacios naturales tiene una capacidad de carga máxima, que debe ser pensada y respetada por los gestores y practicantes de dichas actividades (DE PABLOS; CABRERA MEDINA, 2004).

El turismo deportivo de litoral está enmarcado dentro de un espacio territorial y construido a partir de un contexto más amplio y dinámico, que incluye el entorno socioeconómico, político y cultural del destino. Desde esta perspectiva, su desarrollo depende de sistemas de recursos humanos y materiales muy entrelazados.

De todo ello, comprendemos la oferta del turismo deportivo de litoral, ante todo, a partir de un contexto territorial asociado a las características y relaciones existentes entre los diferentes agentes turísticos y deportivos, a partir de una estrecha relación entre lo sociocultural, lo medioambiental y lo económico.

Turismo esportivo de litoral: uma análise a partir da oferta

RESUMO: Esporte e turismo constituem dois grandes fenômenos neste começo do século XXI. A oferta e a demanda de esporte e turismo estão crescendo e diversificando-se nas últimas décadas. No presente ensaio realizamos uma análise da convergência dessas duas manifestações de lazer, conceituando o turismo esportivo e buscando compreender seu desenvolvimento no momento atual. Conhecer esta realidade é de fundamental importância para compreender e intervir nesse importante setor turístico esportivo, assim como poder atuar de forma eficaz nos diferentes âmbitos acadêmicos e de gestão do turismo esportivo.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo esportivo; lazer esportivo; esporte na natureza; turismo de litoral; esporte de aventura.

Seaside sports tourism: analysis from supply

ABSTRACT: Sports and tourism are two great phenomena on the threshold of the 21st century. The offer and demand of sports and tourism have been growing and diversifying in the past few decades. In this article, we present an analysis of the convergence of these two manifestations of leisure, forming concepts of sports tourism and searching to comprehend its development today. Understanding this reality is fundamental in order to comprehend and intervene in these important areas – sports and tourism – so that they can be efficiently put into motion in academia and sport tourism management.

KEY WORDS: *Sports tourism; leisure sports; nature sports; seaside tourism; adventure sports.*

REFERÊNCIAS

BOULLÓN, R.; MOLINA, S.; RODRÍGUEZ, M. *Un nuevo tiempo libre: tres enfoques teórico-prácticos*. 2. ed. Méjico: Trillas Turismo, 1999.

BRASILEIRO, M. D. S. A pluralidade metodológica: um diálogo entre o qualitativo e o quantitativo nas ciências sociais. In: DINIZ, A.; BRASILEIRO, M. D.; LATIESA, M. *Cartografias das novas investigações em sociologia*. João Pessoa: EDU-UFPB/Manufatura, 2005.

_____. *El deporte y el turismo de litoral: entre los cambios sociales*. Granada: Ed. Universidade de Granada, 2007a.

_____. As fronteiras do turismo e lazer na sociedade atual. In: SWARNARKAR, S.; PEREIRA MOURA, A. *Ensaos comparativos*. Campina Grande: EDUEP, 2007b.

CABRERA MEDINA, J. C. Turismo y residencia: conflicto de intereses en el marco del desarrollo sostenible. In: BLANQUER, D. *La calidad integral del turismo*. Valencia: Tirant Lo Blanch, 2003.

_____. La circularidad dialógica entre los significados y los números. In: DINIZ, A.; BRASILEIRO, M. D.; LATIESA, M. *Cartografias das novas investigações em sociologia*. João Pessoa: EDU-UFPB/Manufatura, 2005.

CASTELLS, M. La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional. Madrid: Alianza, 1995.

CONTRERAS, G. El papel de las corporaciones municipales en la planificación de un turismo deportivo sostenible. In: REBOLLO, S. *Curso sobre deporte, turismo y medio ambiente*. Málaga: Instituto Andaluz del Deporte, 2002.

DE PABLOS, J. C.; CABRERA MEDINA, J. C. Las lógicas del turismo: del consumo a la construcción de la realidad. In: BLANQUER, D. *Turismo cultural y urbano*. Valencia: Tirant Lo Blanch, 2004.

DE KNOP, p. Deporte para todos y turismo activo. In: JORNADAS DE TURISMO Y DEPORTE, I., 1995, Málaga. *Anais...* Málaga: Consejería de Cultura/Instituto Andaluz de Deporte, 1995.

ESTEVE SECALL, R. De las características del deporte y su complementariedad con el turismo. In: LATIESA, M.; MARTOS, P.; PANIZA, J. L. *Deporte y cambio social en el umbral del siglo XXI*. Madrid: Esteban Sanz S. L., 2001.

GARCIA FERRANDO, M. La gestión del deporte en el ámbito municipal: de la promoción a la fidelización del cliente. In: LATIESA, M.; MARTOS, P.; PANIZA, J. L. *Deporte y cambio*

social en el umbral del siglo XXI. Madrid: Esteban Sanz S. L., 2001a.

_____. El turismo deportivo para todos. Un reto sociológico. In: CONGRESO ESPAÑOL DE SOCIOLOGÍA, 7., Salamanca. *Anais...* Salamanca: Universidad de Salamanca, 2001b.

LASH, S. *Sociología del posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1997.

LATIESA, M. Evolución y tendencias de la conexión entre turismo y deporte. In: LATIESA, M.; MARTOS, P.; PANIZA, J. L. *Deporte y cambio social en el umbral del siglo XXI*. Madrid: Esteban Sanz S. L., 2001.

_____.; PANIZA, J. L.; MADRID, M. V. Turismo y deporte: algunas consideraciones sobre su conceptualización y taxonomía. In: LATIESA, M.; ALVAREZ SOUSA, A. *El turismo en la sociedad contemporánea: diversificación, competitividad y desarrollo*. Granada: Proyecto Sur Ediciones, 2000.

LATIESA, M.; VELA TORRES, M.; PANIZA, J. L. Diversificación de productos turísticos: el turismo deportivo. In: BLANQUER, D. *La diversificación y desestacionalización del sector turístico – IV Congreso de Turismo, Universidad y Empresa*. Valencia: Tirant lo Blanch, 2001.

LATIESA, M.; SIMÕES-BRASILEIRO, M. D.; REBOLLO, S. Del deporte en el singular al deporte plural. In: CONGRESO ESPAÑOL DE SOCIOLOGÍA, 7., 2001, Salamanca. *Anais...* Salamanca: Universidad de Salamanca, 2001.

REBOLLO, S. Perfil del demandante de actividad deportiva en el medio natural. In: REBOLLO, S.; SIMÕES-BRASILEIRO, M. D. *Nuevas tendencias de práctica físico-deportiva en el medio natural*. Granada: Rep. Digital, 2002.

_____.; SIMÕES-BRASILEIRO, M. D.; LATIESA, M. Ciudad y deporte en el siglo XXI. *APUNTS: Educación Física y deporte*, n. 70, p. 78-82, 2002.

SALVADOR DEL VALLE, S. Políticas de ocio y turismo. Hacia un marco relacional de intervención. In: MARTÍNEZ DEL CASTILLO, J. (Comp.). *Deporte y calidad de vida*. Madrid: Esteban Sanz, 1998.

TORRES BERNIER, E. El perfil del turista deportivo en Granada. In: LATIESA, M.; MARTOS, P.; PANIZA, J. L. *Deporte y cambio social en el umbral del siglo XXI*. Madrid: Esteban Sanz S. L., 2001.

Recebido: 10 ago. 2007

Aprovado: 23 fev. 2008

Endereço para correspondência

Maria Dilma Simões Brasileiro

Rua Artur Lidiano de Albuquerque, 65 – Bairro Miramar

João Pessoa-PB

CEP 58032-130