

# UNA CONCEPCIÓN SOCIAL DEL DEPORTE. EL DEPORTE PARA TODOS

José Antonio Serrano Sánchez,  
Profesor titular EU Instituto de Educación Física de Canarias,  
Departamento de Educación Física,  
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

## Resumen

En este artículo se revisa el concepto del deporte desde una perspectiva sociológica. Se analizan la estructura del deporte federado, así como sus valores, formulando posteriormente algunas tesis que lo relacionan con el fenómeno de la promoción deportiva y el deporte para todos. Se plantea una breve reseña histórica del concepto del deporte para todos, intentando ubicarlo en el marco de la estructura social del deporte contemporáneo. Asimismo, se establecen relaciones entre la satisfacción de las necesidades sociales y la práctica deportiva desde la perspectiva de una sociedad que tiende hacia el bienestar social.

Intentamos conectar los fundamentos políticos de la sociedad actual con la necesidad de practicar deporte, introduciendo como elemento mediador la problemática de la determinación de los valores culturales. Se citan algunos textos y documentos legislativos, situando finalmente la ubicación y el sentido que debería tomar el deporte en la sociedad actual. Para ello se reseñan brevemente algunos instrumentos de planificación deportiva, señalando sus características más importantes.

**Palabras clave:** sociología del deporte, deporte para todos, marketing social.

## Las limitaciones de los conceptos y del concepto Deporte

El debate actual sobre el deporte como fenómeno social y cultural es

ante todo un debate conceptual. Lo es en la medida en que el significado del deporte, en la sociedad contemporánea, sólo valora como deporte una minúscula proporción de la realidad del fenómeno deportivo, precisamente la que se relaciona con las organizaciones que se encargan de su administración, mal llamadas deportivas, como posteriormente justificaremos.

El distanciamiento que existe entre un concepto y la realidad que pretende describir es algo asumido en el ámbito de la epistemología de las ciencias, sobre todo de las ciencias sociales. Un concepto es un contenido figurativo representado por un término o en su caso una combinación verbal. Los conceptos no son nunca, por más que esto pueda parecer evidente, idénticos a los fenómenos a los que se refiere su contenido figurativo.

Cuando pretendemos comunicar una idea o un pensamiento debemos hacer uso invariablemente de los conceptos. Este distanciamiento entre un concepto y la realidad que pretende describir, encuentra una primera limitación en el uso del lenguaje. Para transmitir el concepto hemos de establecer un término, lo que se denomina el *definiendum*, y una combinación de palabras que le den el contenido figurativo, lo que se denomina el *definiens*. Como indica Renato Mayntz, en este proceso de concreción de un concepto, parcelamos y limitamos la realidad social del fenómeno. El concepto, a lo sumo, pone de manifiesto en qué fenómenos o circunstancias estamos pensando cuando empleamos la palabra correspondiente. Esta relación entre concepto y re-

alidad parece una relación simplista; sin embargo induce a muchos al error. Los conceptos reflejan la percepción que tenemos de la realidad y ahora el problema ya no reside solamente en los límites de la percepción, sino también en la atención selectiva que guía nuestra percepción. Se dice en este caso, que la relación entre el concepto y la realidad no es algo casual o arbitrario, sino que en última instancia está condicionado por los intereses, en un sentido muy amplio. Percibimos de modo preferente aquello que para nosotros es importante y significativo, y como dice Mayntz, esto pasa después a formar parte esencial del contenido figurativo de un concepto (Mayntz, R. et al., 1985:14).

No quiere esto decir que los conceptos no sean útiles o que carezcan de valor, sino precisamente lo que pretendemos resaltar es la relatividad y las limitaciones de su uso respecto a la realidad que pretenden describir. Los conceptos son útiles e indispensables en la medida que ordenan conceptualmente un fenómeno determinado y sientan las premisas de lo que debe ser investigado. Las conclusiones y los resultados que se obtengan sólo son válidos en el marco conceptual donde se encuadra la investigación; y esto es una *conditio sine qua non* en la investigación. Todo intento de generalizar induce al error y es por lo tanto una falacia.

Si hoy, en vez de hablar del tema del deporte, tratáramos otros objetos distintos, como las *revoluciones* o la *satisfacción laboral*, por ejemplo, el problema no sería distinto, y el *definiens* que atribuyéramos a esos ob-

jetos no podríamos, por más que quisiéramos, identificarlo con lo que una revolución o la satisfacción laboral es en realidad. Con el concepto de Deporte ocurre algo similar. La relatividad, tanto en un plano histórico como transcultural, y el carácter polisémico que encierra, no hace posible encontrar un contenido figurativo que satisfaga a todos. El deporte no ha tenido el mismo significado en distintas épocas históricas. De la misma manera que no tiene el mismo significado en distintas culturas. Tanto es así que la literatura recoge cerca de 20 contenidos figurativos distintos del término deporte, la mayoría de ellos fruto de un proceso de investigación que ha requerido previamente el establecimiento de unos límites que guíen la atención del investigador hacia los fenómenos que deben ser observados.

Si aquí dijéramos que deporte es toda actividad humana que implique (1) *una acción motriz significativa*, (2) *codificada bajo la forma de competición* y (3) *que sea institucionalizada*, ya estaríamos perdiendo de vista una gran parte de la realidad del fenómeno deportivo. Dejamos de considerar como deporte todo un conjunto de actividades que no suponen un enfrentamiento codificado, y quizás algo más importante, todo un conjunto de actividades no institucionalizadas. Esta concepción del deporte, definida de una forma precisa y magistral por Pierre Parlebás (1988:49), ha aportado grandes contribuciones a la investigación del deporte y al descubrimiento del auténtico valor de muchas actividades para la Educación Física. Sin embargo, el distanciamiento que marca con respecto al deporte como realidad social tiende a marginar, deportivamente hablando, grandes segmentos de población que no se adhieren a un deporte codificado e institucionalizado. Hace unos años, una importante organización belga denominada Bloso, en concierto con la Universidad de Lovaina y el Consejo de Europa, realizó un estudio sobre los índices de participación en el deporte. Urbain Caleys

y Jan Hertogen, los investigadores responsables, diseñaron una investigación cuyos objetivos eran contrastar los índices de *participación objetiva*, (personas que realmente practican actividades físico-deportivas), con los índices de *participación subjetiva* (personas que declaran afirmativamente practicar deporte). Los resultados fueron espectaculares: el porcentaje de los que *realmente* practicaban deporte (61%) casi doblaba el de los que *declaraban afirmativamente* practicar deporte (37%). La conclusión a la que se llegó fue que casi la mitad de personas que practican algún tipo de actividad física no lo hacen conscientemente, es decir, que no identifican el deporte con la práctica que realizan (De Knop, 1988:21).

Lo que este estudio sugería, a nuestro entender, es la existencia de una distorsión del concepto del deporte en la sociedad actual. Esta distorsión entre lo que es deporte y lo que parece ser, ha sido atribuida por numerosos autores a la influencia de las organizaciones formales, encargadas de su administración y de lo que se ha venido a denominar los *mass media* (los medios de comunicación de masas). El hecho de que la concepción del deporte no se ajuste a la realidad de los cambios que vive ha motivado que múltiples organizaciones políticas y sociales, desde 1966 aproximadamente, buscaran un cambio del término por otro que reflejase más fielmente lo que manifiesta la realidad.

Un reconocido historiador del deporte, Miguel Piernavieja, ya desaparecido, vino a situar el origen del término deporte en el siglo XII. En el *Poema del Mio Cid* se recoge el término *deportare*, cuyo contenido figurativo aludía a una actividad cuya característica fundamental era la diversión (Piernavieja, M., 1985). Dando un salto en la historia, podemos ubicar el origen de la concepción actual del deporte en la primera mitad del siglo XIX. Las universidades y los colegios británicos de entonces, acogieron las primeras

manifestaciones de lo que más tarde sería el deporte moderno. La difusión de estas primeras manifestaciones encontró en el movimiento olímpico del Barón Pierre de Coubertin, la base más sólida para la consolidación del deporte como verdadera institución y su consecuencia más inmediata e importante, la creación de miles de organizaciones en todo el mundo encargadas de administrarlo. No es de extrañar, entonces, que la concepción del deporte moderno se encuentre aún estrechamente vinculada a la estructura básica del club deportivo tradicional-federación, que trascendiendo la barrera de lo local, se instaura a nivel continental y mundial.

La tradición de esta gigantesca estructura organizativa, aún considerando la dificultad de precisar la fecha exacta de su origen, rebasa el siglo de existencia. En contraste con la anterior, la tradición de Deporte para Todos apenas alcanza los 25 años, y su implantación ha tenido más éxito en los países industrialmente más desarrollados.

### La desnaturalización de la promoción deportiva

Algunos países desarrollados han estado persiguiendo la difusión de un deporte popular a partir de la segunda mitad de la década de los cincuenta e inicios de los sesenta. Llegó a tomar verdadera fuerza a partir de lo que se denominó Promoción Deportiva. Algunos autores como el francés Jean Michel Yde, confirman esta tesis, afirmando que el concepto de Promoción Deportiva es predecesor al de Deporte para Todos (Yde, J., 1988:53).

En España, el fenómeno de la Promoción Deportiva surgió en los años previos a la Democracia, más o menos coincidiendo con el nombramiento de Juan Antonio Samaranch como presidente de la DNEF y D, a finales de los años sesenta y principios de los setenta.



Rear view. BURLES, John. Gran Bretaña. Foto Sport

Un polifacético autor de artículos sobre este y otros temas, Fernando de Andrés (1983), indica muy acertadamente, cómo la difusión de la Promoción Deportiva vino a coincidir con una época de considerable tecnificación del deporte español y de sus estructuras. Es posible que esta coincidencia haya desvirtuado su significado original.

El concepto de Promoción Deportiva se utilizaba para designar un conjunto de estrategias y acciones, que se diferenciaban en sus planteamientos de las políticas del deporte federado. La finalidad de la Promoción Deportiva ori-

ginal no era otra que la de compensar y equilibrar los sistemas deportivos del exceso de especialización y selección del deporte de competición. Existía un reconocimiento tácito de las repercusiones de la orientación competitiva de una gran parte del modelo federado, que dejaba al margen de la práctica deportiva a un gran número de personas que por sus limitaciones no podían acceder a la práctica deportiva institucional. Esta paradoja del sistema deportivo motivó que el propio sistema utilizara otros mecanismos para cumplir lo que era función de las propias federaciones. Surgió la Promoción De-

portiva como una necesidad para equilibrar y satisfacer otras demandas deportivas más flexibles y menos especializadas. Sin embargo su andadura fue breve, encontró grandes problemas en su aplicación y su concepción original fue desvirtuándose.

Una de las campañas de Promoción Deportiva más populares de esa época, Contamos contigo, como señala Fernando de Andrés (1983:31), fue utilizada para expresar algo que era más un deseo que una intención. Aunque en este caso tengamos que mirar el lado negativo de las cosas, el Contamos contigo terminó fracasando y claudicando de lo que verdaderamente sólo eran buenas intenciones. Su tremendo e inesperado éxito desbordó las escasas previsiones realizadas y motivó la puesta en marcha en otras acciones de promoción menos ambiciosas. El fracaso de esta campaña no sólo se debió a lo que es una constante en este tipo de acciones: una inesperada respuesta de asociaciones y ciudadanos, que por su masiva convocatoria pueden colapsar en algunos casos los programas ofertados.

Si algo puede hacer perder a las acciones de promoción su verdadero sentido es su desvinculación de un proceso global. La Promoción Deportiva cobra verdadera fuerza cuando está conectada a todo un proceso de planificación. En consecuencia, los fracasos de algunas campañas de Promoción Deportiva no se deben achacar a una supuesta o dudosa carencia de contenido en sus planteamientos, sino a la desconexión con otras estrategias de actuación y, sobre todo, a la falta de objetivos globales y planificación.

Los que se mueven en el ámbito de la producción o comercialización de bienes o servicios, a los que hemos de reconocer un mayor conocimiento de los instrumentos destinados a satisfacer demandas, saben bien como conectar las acciones de promoción a todo un proceso de planificación para fijar ob-

jetivos generales, estrategias, acciones finalistas, segmentación de usuarios potenciales, políticas de precios, canales de distribución, etc. El riesgo en el ámbito empresarial es evidente, ya que la promoción de un producto o servicio desvinculado del proceso temporal de planificación ha provocado no pocas e importantes quiebras.

Este breve análisis del concepto de Promoción Deportiva, pretende ante todo analizar el entorno que motivó la concepción de este nuevo concepto del Deporte para Todos. Desde hace unos años la Promoción Deportiva ha venido entendiéndose de una forma distinta a la original. Si inicialmente la finalidad de la Promoción Deportiva era la de incitar y potenciar la necesidad básica de movimiento y actividad física de todos los ciudadanos, sin distinciones de edad o sexo, presentando el deporte como algo socialmente deseable, en la actualidad la Promoción Deportiva tiende a identificarse como la potenciación del deporte base y la iniciación deportiva de los jóvenes. Paradójicamente, este concepto desnaturalizado de la promoción ha encontrado sus promotores fuera de la estructura formal del deporte, en el ámbito de las corporaciones locales.

Vivimos desde hace unos años una nueva concepción de la Promoción Deportiva distinta de la original; pero su finalidad no es ni nueva, ni original, puesto que el fomento del deporte base y la iniciación deportiva hasta ahora ha sido y sigue siendo competencia de los clubes y federaciones. Cabría preguntarse a qué se ha debido esa pérdida de los valores implícitos en la Promoción Deportiva. ¿Por qué motivo la Promoción Deportiva se identifica con los postulados de un deporte tradicional cuando inicialmente su función básica era la de compensar los desequilibrios del sistema deportivo? Quizás la respuesta haya que buscarla en la propia evolución de la estructura tradicional del deporte federado.

La idea de una estructura piramidal

del deporte fue sugerida hace tiempo por Pierre de Coubertin. El principio de Coubertin decía que hacía falta que cien personas hicieran ejercicios físicos para que cincuenta llegaran a hacer deporte, y que eran necesarios veinte especialistas para alcanzar cinco récords. Esta idea ha sido, hoy en día, ampliamente superada. Un importante autor de este fenómeno, Zgibniez Krawczyk, indica que la constante del deporte de competición ya no se rige por la selección natural de antaño (Krawczyk, Z., 1979:142). La mayoría de las organizaciones que forman parte de estas dos estructuras adoptan un esquema de participación regido por lo que algunos autores como Lenk, McClelland o Gutman han venido a definir como el "principio del logro", del "rendimiento" o la "ritualización del récord". La tecnología actual nos permite prescindir de una base masificada y seleccionar los talentos desde jóvenes. Esto ha supuesto un estrechamiento en la base de la pirámide. A ello debemos unir una desviación de la atención hacia los numerosos conflictos y problemas que vienen surgiendo en su vértice, por parte de los múltiples estamentos que lo componen: federaciones, asociaciones de clubes que ambicionan profesionalizarse, pseudo-sindicatos de jugadores, comités de disciplina, colegios de jueces y árbitros, etc. Todo ello nos describe una situación que puede confirmar la tesis de que las corporaciones locales han tendido a ocupar el vacío creado en la base de la pirámide, por las organizaciones deportivas tradicionales, las cuales orientan, cada vez más, su atención hacia el mantenimiento del difícil equilibrio en el vértice de su estructura, en detrimento de la base.

Este distanciamiento entre el modelo del deporte federado y su base, y quizás algo más importante, su desfase con los cambios que vive el deporte en la sociedad actual es un fenómeno apuntado por numerosos sociólogos del deporte. En 1986, en una in-

teresa ponencia oficial con motivo del Congreso Mundial de la AISEP, Manuel García Ferrando expuso sus tesis sobre la crisis del deporte federado, en evidente contraste con los altos índices de popularidad y reconocimiento que este modelo ha alcanzado, y con la creciente atención que los medios de comunicación le dedican. Esta crisis se manifiesta en la inadaptación del modelo federativo a los cambios que se están viviendo en los modos de relación de las personas con la práctica deportiva.

### Breve análisis histórico del Deporte para Todos como concepto

Es precisamente en esta etapa de crisis cuando ha venido a cobrar auge el concepto del Deporte para Todos. Abandonando el término de Promoción Deportiva, el Deporte para Todos pretende transmitir una concepción distinta del deporte, intentando recoger todas las tendencias del deporte en la sociedad actual.

Es de esperar que este nuevo concepto de un Deporte para Todos consiga salvar las limitaciones que encontró la Promoción Deportiva y haga recobrar al deporte su verdadero atributo social. El concepto de Deporte para Todos, como explica el presidente de la Federación Internacional del Deporte para Todos, André Van Lierde, surgió hace más de veinte años en la Europa de los Países Bajos y Alemania. Por aquel entonces apareció un fenómeno denominado *trimp* cuyo fundamento se basaba en la idea que muy pocas personas tenían la posibilidad de practicar deporte. Sin embargo este movimiento, aún en vigencia, no resultó del todo satisfactorio dada la fuerte presencia del deporte militar y de las escuelas de tecnificación deportiva de la época. Así que algún tiempo después se intentó buscar otra vía para este movimiento. Ya se sabía, por estudios de entonces, que una gran cantidad de personas se



reunían para hacer deporte de una forma no organizada, el *jogging*, por ejemplo, reunía cerca de 2,5 millones de personas en Alemania. Se recurrió al concepto de Deporte de Masas, pero no terminó de ajustarse al verdadero sentir de un Deporte para Todos, ya que excluía de por sí prácticas minoritarias y el deporte organizado.

En 1966, el programa del Consejo de Europa en materia deportiva decide adoptar la incipiente idea de un Deporte para Todos como objetivo prioritario. Dos años más tarde se crea un grupo de planificación cuya misión básica era definir el contenido de la idea del Deporte para Todos. En 1974 se celebraron cuatro reuniones de un comité de altos cargos y funcionarios del citado Consejo, con el fin de elaborar un documento base que fue remitido a los ministros de sus respectivos países. Por fin, un año más tarde, en 1975, se celebró la primera conferencia de ministros europeos responsables del deporte, a la que asistieron 19 países, de los 21 que son miembros del Consejo de Cooperación Cultural del Consejo de Eu-

ropa, y en ella se aprobó la Carta Europea del Deporte para Todos.

En esta conferencia se debatió el contenido del concepto del Deporte para Todos. Se hicieron alusiones al carácter de ocio y tiempo libre al que debía estar asociado, al derecho de cada hombre y cada mujer al deporte, que en el Deporte para Todos no había que hablar de obligaciones y que cada participante debía tener más libertad sin estar sujeto a prestaciones o rendimientos, etc. Sin embargo la realidad es que la Carta Europea del Deporte para Todos no recogió fielmente la idea que el propio movimiento pretendía transmitir. Se dijo que el Deporte para Todos era todo el deporte, lo cual equivalía a decir que todas las cosas seguían igual. Las razones no son difíciles de entender, porque en la conferencia habían representantes de todos los sectores del deporte y algunos no aceptaban la definición de ocio como única definición del Deporte para Todos.

Las vicisitudes y obstáculos con los que se ha enfrentado, no tanto la filosofía del Deporte para Todos, sino la aceptación de un concepto que recogiera

todo lo que se pretende sugerir con dos simples palabras han sido bien diversas. De entre las muchas definiciones que podemos encontrar podríamos resaltar la que la propia Federación Internacional establece: "Deporte para Todos son todas las acciones humanas destinadas a promover la participación en el deporte" (Van Lierde, 1988:12).

La aparente simplicidad de esta definición, casi nos obliga a analizar algo más en profundidad y precisar mejor el alcance de su contenido.

El significado latente del concepto, en su totalidad, intenta transmitir la importancia de la participación como el único criterio válido para evaluar un Deporte para Todos. No son los resultados, ni el rendimiento, ni las medallas, ni el ascenso de categoría, los criterios para valorar el Deporte para Todos, sino la participación. Yo diría que esta palabra ha tenido tanto uso y abuso, que parece que la hemos vaciado de significado y dejado carente de contenido. Me gustaría recobrar aquí el término con toda la plenitud de su significado. La participación, en este sentido, se refiere a establecer las mismas oportu-

ESTRUCTURA SOCIAL	MODO DE RELACIÓN	NORMATIVAS DE CONDUCTA DEPORTIVA	AFILIACIÓN A ORGANIZACIONES	NIVEL DE CAPACIDADES REQUERIDAS	ORIENTACIÓN DE LA PRÁCTICA
DEPORTE PROFESIONAL	Laboral	Rígidas	Obligada	Muy alta + Talento	Agonística
DEPORTE MASIVO	Tiempo libre	Flexibles	Obligada	Alta	Recreativa y Agonística
CULTURA FÍSICA	Tiempo libre	No existen	Optativa	Baja	Higiénica y Recreativa
DEPORTE ESPECTÁCULO	Tiempo libre	No existen	Optativa	Ninguna	Recreativa

Figura 1.

tunidades de acceso a todos los grupos sociales a la práctica del deporte, modificando si es preciso el diseño de las instalaciones, configurando programas deportivos más flexibles y adaptados a las necesidades de los practicantes, formando educadores con conocimientos sobre la realidad social, cultural y biológica de cada grupo, utilizando la promoción para reducir los frenos subjetivos que operan sobre los grupos con menor capital cultural y biológico, etc.

### La estructura social del deporte contemporáneo

La participación contenida en la definición del Deporte para Todos implica el reconocimiento de una estructura social del deporte diversificada, a la que ahora haremos alusión. Por otro lado, las acciones humanas y la promoción contenidas en su definición, nos remitirán posteriormente a la importancia de los procesos de planificación y sus características esenciales.

Los análisis de la estructura social del Deporte reflejan distintos esquemas de participación y modelos de comportamiento de las personas en relación con cada estructura. Desde Günter Luschen (1979) en Alemania, a Oleg Milshtein (1990) en la Unión Soviética o Manuel García Ferrando (1983) en España, entre otros, han reconocido, en base a los análisis realizados, cuatro estructuras diferentes que responden a distintos conceptos (ver la figura 1):

La *estructura del deporte profesional* compuesta por practicantes deportivos que tienden a percibir remuneraciones por su nivel de práctica deportiva, y su relación con el deporte está mediatizada por compromisos de carácter laboral.

La estructura que podemos denominar del *deporte masivo*, donde la participación de las personas que la componen se caracteriza por la práctica de uno o varios deportes según las normas

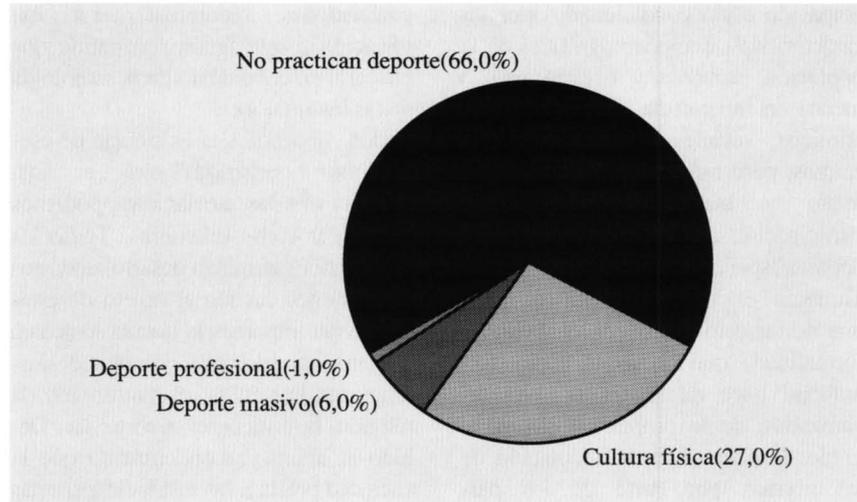


Figura 2.

que marcan los reglamentos federativos. Pertenecen a organizaciones deportivas y están en cierta medida sujetos a las normas de conducta deportiva fijadas por los reglamentos. Su relación con el deporte no está mediatizada por criterios laborales, siendo la participación de carácter voluntario.

La estructura que podemos denominar *cultura física* en la que la participación de las personas no está mediatizada por la pertenencia a una organización deportiva o normas de conducta deportiva derivadas de reglamentos. Las prácticas a las que se acogen pueden estar más o menos institucionalizadas, existiendo libertad para aceptar las normas que se derivan de los reglamentos deportivos.

Estas tres estructuras están situadas en el plano de las prácticas, es decir, que existe una relación de participación activa con el deporte. La cuarta estructura social del deporte se refiere al *deporte como espectáculo*, la participación en esta estructura es de carácter pasivo.

De las cuatro estructuras solamente tres están situadas en la esfera de las prácticas ociosas. Como la base objetiva del ocio está en el tiempo libre, podemos decir que excepto el deporte profesional, donde el modo de relación con la práctica se regula por aspectos laborales, en el resto de estructuras (de-

porte masivo, cultura física y deporte espectáculo) el modo de relación con la práctica está mediatizada por la disponibilidad y consumo del tiempo libre. Es decir, que las pautas de comportamiento de los individuos en relación con la práctica deportiva habría que trasladarlas a la problemática del ocio y el tiempo libre.

Por otro lado, cabría señalar que la lógica a la que obedece la oferta en cada una de las estructuras a las que hemos hecho alusión son distintas, tanto en el plano de los principios y valores, como en el de las oportunidades de acceso. Estas dos cuestiones van a afectar en gran medida a los índices de participación (ver figura 2).

Los datos conocidos hasta la fecha apuntan a índices de participación desiguales. El deporte profesional no alcanza el 1% de la población total, mientras que el deporte masivo, más reconocido como deporte federado, alcanza un 6% de la población. En la estructura social de lo que hemos denominado cultura física, la participación alcanza el 27% de la población total (García Ferrando, M., 1986:56). A similares conclusiones ha llegado el autor de este documento, a partir de estudios de la demanda deportiva en sistemas locales (Serrano, J., 1989) e insulares (Serrano, J., 1990). Es indudable que estos índices de par-



ticipación están condicionados por las características sociodemográficas de la población española y oscilan más o menos en función de indicadores económicos, sociales, culturales y educativos, pero reflejan claramente el tamaño y la importancia de la participación en la estructura social del deporte español.

También es posible identificar cada una de las estructuras con el grado de formalidad que poseen. Esta formalidad hace referencia al nivel organizativo de la propia estructura, al grado de libertad en la aceptación de las normas por parte de los participantes y a la mayor o menor flexibilidad en la aplicación de esas normas por parte de las organizaciones. En este sentido cada una de las estructuras a las que hemos hecho alusión no poseen el mismo nivel de formalidad y esto afecta en gran medida a los índices de participación en cada una de ellas. Al deporte profesional se le reconoce como una estructura formal, al deporte masivo, como semiformal y el de la cultura física como informal.

Tenemos, en definitiva, cuatro estructuras que se diferencian entre sí por el modo de relación activo o pasivo de sus participantes y por el grado de formalidad de las prácticas deportivas que va a condicionar los niveles de participación en cada una de ellas, de tal manera que cuanto mayor es el nivel de formalidad, mayor es la intensidad de la práctica, pero menores son las tasas de participación.

### **El papel de las organizaciones en el control de las prácticas deportivas**

Cada vez que se realiza un estudio sobre el deporte se constata que el nivel de crecimiento de los índices de participación en cada una de las estructuras es desigual. Ya sea en el norte de Europa, en el centro o en el sur, el mayor crecimiento se está dando en las prácticas no organizadas, es decir fuera del ámbito de los clubes y or-

ganizaciones federativas. La explicación a este fenómeno habría que buscarla en el contexto de la sociología de las instituciones.

Todos conocemos la existencia de asociaciones, organizaciones e instituciones. A las asociaciones podemos pertenecer como miembros. Todas las asociaciones terminan desarrollando sus instituciones cuando el objeto de estas es de vital importancia para la sociedad. Suelen ponerse como ejemplos de instituciones la familia, el matrimonio, la religión, la justicia, el deporte, etc. Debido al intenso reconocimiento que la sociedad presta a las instituciones, estas cumplen una función estabilizadora muy importante en el control social. Pero, como indica Konig (1967), las organizaciones no son instituciones, aunque algunas veces se las identifique como tales. El papel de las organizaciones es el de convertirse en el instrumento ejecutivo de las instituciones y lo hacen mediante mensajes y normativas más o menos explícitas sobre la conducta que se espera de sus miembros. En este sentido las organizaciones establecen los modelos y las pautas de conducta en relación con el objeto de la institución.

La finalidad de las organizaciones, que no es otra que la de atender las necesidades y las demandas sociales, no siempre discurre paralelamente al cambio social. Es una tesis generalmente aceptada que las sociedades no son entes estáticos, sino por el contrario muy sensibles a los cambios en los modos de producción, en la tecnología, en los valores culturales, etc. Ocurre que a veces las organizaciones no se adaptan a los cambios sociales o responden a intereses distintos para los que fueron creados. Entonces, tienden a surgir modelos de conducta alternativos, que no se ajustan a los modelos que regulan las propias organizaciones.

Algo parecido está ocurriendo con una gran parte del modelo federado del deporte, cuya representación más genuina está reflejada en el movimiento

olímpico. La ritualización del récord, los resultados, los medalleros, han terminado convirtiéndose en la finalidad de los deportistas, de las organizaciones y de los países que forman la base de esta estructura. Las Olimpiadas, creadas en un principio como acontecimiento que favoreciera la transmisión y el intercambio cultural, tomando como instrumento mediador la propia competición, han terminado convirtiendo la competición en el propio fin que las justifica. Esto ha traído consigo dos consecuencias, por un lado, el incremento del uso de fármacos prohibidos y de conductas desviadas y, por otro lado, la aparición de modelos de práctica deportiva alternativos. En relación al primer punto hemos de señalar, por ejemplo, que la prioridad principal para el Comité Director del Deporte del Consejo de Europa en los próximos cinco años va a ser paradójicamente el fomento de valores éticos en el deporte. Similares objetivos se están planteando en todos los países de nuestro entorno comunitario. Sin embargo, respecto al segundo punto, los objetivos que se plantean son más difusos y parecen responder más a buenas intenciones que a políticas constatadas.

Ya hemos comentado anteriormente la reducción de la base de la pirámide tradicional. El perfil del deportista federado es ahora más claro que nunca. Desde que un chico/chica se inicia en la práctica deportiva, pongamos por caso a los diez años, requiere un entrenamiento sistemático de sus capacidades motrices, psicológicas y técnicas que posibiliten su acceso a niveles de competición superiores. Si el chico/chica posee aptitudes, podrá alcanzar niveles de competición más elevados. Según estudios transversales realizados en EUA, Canadá y Australia por varios autores (Pooley, J.C., 1980:36; Robertson, I., 1986:5; Burton, D., y Martens, R., 1986:183; Orlick, T., 1974:21; Gould, D., et al., 1982:155), en este proceso suelen abandonar, entre los 12 y 14 años, de

un 25 a un 35% de los que se inician y la causa más frecuente de abandono es el estrés competitivo. Es decir, que si el chico no es apto probablemente se retire o termine compitiendo en niveles menos importantes. Tanto en un caso como en otro los mejores resultados los conseguirá sobre los 21 o 26 años y a partir de esta edad pensará en retirarse. Sea como fuere, en el mejor de los casos un deportista que se inicie a los 10 años con suerte podrá alcanzar el mejor nivel posible sobre los 20 y mantenerlo otros diez años más. ¿Qué es lo que ocurre antes de los 10 y después de los 30 años? ¿Qué alternativas ofrece el modelo federativo en estos márgenes de edad? Realmente pocos y es en esta segmentación de edades donde está creciendo la participación deportiva. Una pequeña parte de esta demanda está siendo atendida por entidades privadas, clubes recreativo-deportivos, gimnasios, etc., y la mayor parte satisface sus necesidades de forma no organizada.

En la actualidad, más de un 50% de la población es mayor de 30 años y en el futuro inmediato las predicciones demográficas apuntan a una población cada vez más envejecida. En el año 2040, por ejemplo, una quinta parte de la población europea tendrá 65 años o más. En 75 años, se pasará de un 10% de personas de más de 65 años a un 20%, lo cual es una variación considerable. Esto ha motivado, por ejemplo, que la Comisión de las Comunidades Europeas vaya a declarar 1993 el año europeo de las personas de edad.

Ante esta realidad, el Deporte para Todos pretende configurarse como una oferta que posibilite el acceso de todos los grupos sociales hacia la práctica del deporte y de la actividad física en general. Como se puede apreciar, el Deporte para Todos no es una actividad o grupo de actividades determinadas. Es una filosofía distinta de entender la oferta deportiva tradicional hasta ahora concentrada en organizaciones federadas de ámbito internacional con competencias en una y

sólo una modalidad en concreto. Existe una evidente monopolización de las conductas deportivas y un excesivo condicionamiento de los reglamentos técnicos. Reglamentos que a su vez codifican la construcción de las instalaciones, el diseño de los espacios, la altura de las redes, las distancias de tiro, los objetos y móviles de la actividad, lo que se puede o no se puede hacer, etc. En un mundo tan estereotipado no es de extrañar que los menos capacitados y aquellos que pasada su juventud ya no alcanzan el nivel adecuado, opten por modelos de conducta deportiva alternativos, o quizás por lo que es más fácil: abandonar.

En una economía de mercado, como en la que actualmente nos desenvolvemos, a menudo oímos comentarios que a fuerza de ser repetidos crean una conciencia colectiva de que lo que se supone que es cierto. Se piensa, por ejemplo, que en el intercambio de bienes y servicios que se establece entre los que configuran los servicios y los que se benefician de los mismos, la oferta siempre está regulada por la demanda. Esta idea de que los usuarios mediante la relación que se establece en el intercambio de servicios van moldeando y definiendo la oferta no es del todo cierta. Incluso reconocidos autores de prestigio en el campo de la economía muy alejados de ideologías marxistas como John Kenneth Galbraith (1967) han demostrado como la ley de la oferta y la demanda no funciona con la pretendida libertad del lado de la demanda. Al contrario de lo que se piensa, son las ofertas las que modelan las demandas y no a la inversa, porque los que ofertan no sólo deciden qué es lo que se oferta, sino que además, por medio de la insinuación publicitaria y persuasores ocultos, guían la demanda hacia el consumo que más les conviene.

Si la ley de la oferta y la demanda funcionara correctamente, las actuales estructuras deportivas orientarían la oferta hacia los segmentos de población con mayor capacidad total de consumo deportivo. Pero

para ello es indudable que habría que reconvertir, por utilizar este traumático término, prácticamente toda la oferta, tanto en los fines como en las formas y contenidos que adopta. Llegados a este punto surge inevitablemente una reflexión: si existe un vacío en cuanto a la satisfacción de necesidades de práctica deportiva de una gran parte de la población, debido a que no existe una oferta que se ajuste a las necesidades y posibilidades de esa población ¿a quién compete la regulación de esta oferta? Basándonos en el supuesto de que sea responsabilidad de alguien, ya que esto no está muy claro. Partamos pues de la base que el deporte estructurado no satisface todas las necesidades de la población y debemos ubicar un modelo alternativo en alguna parte de las estructuras de nuestra sociedad.

### Hacia un estado de bienestar social

Es un hecho ya reconocido que el nivel de desarrollo de una sociedad o de un sistema social en particular, está muy relacionado con la capacidad de cubrir las necesidades de sus miembros. Las necesidades las podemos entender como estados de insatisfacción ligados a factores biológicos, psicológicos o sociales orientados a uno o varios objetos que las satisfacen y que guían a los individuos a buscar un estado de equilibrio (Muchielli, A., 1988:39). Estas necesidades han sido estudiadas desde distintos enfoques. Una de las perspectivas de mayor difusión es la perspectiva innatista de Maslow (1954). Este autor clasifica las necesidades en tres niveles jerárquicos. En el nivel más bajo están las necesidades fisiológicas o primarias (comer, beber, sexuales, etc.) que son las que deben ser satisfechas en primer lugar para que el hombre pueda consagrarse a las del nivel siguiente. En el segundo nivel encontramos las necesidades de seguridad o secundarias (protección contra peligros, pri-



vaciones, salud, etc.). Cuando las necesidades fisiológicas y las de salud se encuentran satisfechas aparecen las necesidades sociales o terciarias (asociación, información, educación, cultura, comunicación, etc.). Cuando todas están cubiertas aparecen entonces las necesidades de autonomía e independencia, necesidad de triunfar, etc. Actualmente, se considera que la necesidad de autorrealización es la necesidad humana más importante, aunque no sea entendida por todos los estudiosos del tema de la misma manera. Sea como fuere, parece ser que la autorrealización es un estado de conjunción supremo, donde el equilibrio, la armonía e integración de las funciones del ser humano, lo corporal y lo social, alcanzan la plenitud de su identidad.

La práctica deportiva, como sinónimo de actividad física y movimiento responde a conductas que pretenden satisfacer necesidades de carácter psicosocial (tercer y cuarto nivel), y es una de las pocas actividades humanas que permite con su práctica integrar las tres dimensiones del ser y de satisfacer de esta forma un conjunto más amplio de necesidades.

El problema, desde el punto de vista de las políticas municipales, insulares, autonómicas o nacionales, estriba en qué necesidades deben ser satisfechas antes y cuales después. O si se prefiere, cómo jerarquizar y establecer prioridades en las políticas económicas y sociales, lo cual nos conduciría inevitablemente a un tema polémico y controvertido por sí mismo: la determinación de los valores culturales. Quizás un sencillo caso nos puede ilustrar esta problemática.

¿En virtud de qué podemos establecer, por ejemplo, que el derecho de los ciudadanos a la práctica de actividades lúdico-deportivas debe ser antes que el derecho a la seguridad vial o a la prevención de accidentes domésticos? Esta pregunta, como podemos apreciar, tiene difícil respuesta. Habría que comprobar acaso de una manera científica, en el caso de la se-

guridad vial, que existe una relación de causa efecto entre el estado de las carreteras y el número de accidentes y que el problema no estriba en los conductores. Pero lo cierto es que ni siquiera la ciencia ha podido ponerse de acuerdo en la determinación de los valores culturales, porque no se ha podido establecer una conexión razonada entre los hechos ("lo que es") y los valores ("lo que debe ser"). Por este motivo, como bien señala Racionero, la problemática de los valores debe remitirse al plano de la metafísica o del consenso social (1986:137). Resulta difícil sustraerse a este tema, debido en parte a que muchos de los problemas de las sociedades desarrolladas (consumo de drogas, seguridad ciudadana, paro, deterioro medioambiental) son los síntomas de una enfermedad social que reside en los valores culturales.

¿A quién corresponde, en consecuencia, la regulación de una oferta alternativa de Deporte para Todos? No queda otro remedio, si desechamos la respuesta metafísica, que situar la discusión en el plano del consenso social. El mensaje, en este caso, nos llega a través de los textos legislativos, de la producción intelectual, de la opinión autorizada de organizaciones de marcado acento cultural y de la opinión pública.

En el plano de la opinión pública, todas las consultas realizadas a la población atribuyen a la Administración la regulación y coordinación del deporte. Al Gobierno de la Nación y a las autonomías se les atribuye la función de legislar y a las corporaciones locales (diputaciones, cabildos y ayuntamientos) la función de coordinar, regular y ejecutar (García Ferrando, M., 1986:124) (ALEF, 1984:83). Todo parece indicar que es allí donde se desarrolla la vida de un ciudadano, donde se deben asumir las ofertas de servicios deportivos. Así, al menos, lo han considerado muchos ayuntamientos, que a partir de 1979 han venido creando servicios municipales de deporte bajo fó-

mulas de gestión directa y autónoma. En el plano de los textos legislativos, de la producción intelectual y de los mensajes de organizaciones locales, nacionales e internacionales, podríamos citar decenas de documentos que indican igualmente la importancia del Deporte en el entorno municipal.

En el plano de los textos legislativos encontramos múltiples referencias hacia el deporte aunque no explicitan claramente las responsabilidades de su gestión. El texto legislativo por excelencia en todos los estados democráticos es la Constitución. La española, en su artículo 43.3, establece que los poderes públicos fomentarán entre otros la educación física y el deporte. En la Ley de bases del régimen local, en su artículo 26.1, se recoge que los ayuntamientos de más de 20.000 habitantes deberán configurar su red de instalaciones como un servicio público. En esta Ley, se establecen en el artículo 85.3 las fórmulas de gestión que se pueden adoptar. Existen, además, otras referencias al deporte que atribuyen responsabilidades a los municipios en cuanto a normas de seguridad en los espectáculos.

La nueva Ley del deporte español, en su preámbulo, establece claramente la utilidad social del deporte y entre otras cosas lo considera determinante de la calidad de vida como actividad de ocio de las sociedades contemporáneas. Sin embargo solamente regula y legisla las estructuras del deporte federado de competencia estatal, pues entiende que no se puede descender más abajo sin invadir las competencias de legislación de las comunidades autónomas y que corresponde a estas la ordenación del deporte en sus ámbitos territoriales. No obstante introduce una novedad en la legislación, que no es otra que el reconocimiento a una nueva estructura organizativa distinta de los clubes elementales básicos y SAD y que denominan "entes de Promoción Deportiva estatal", cuya finalidad se aproxima bastante al concepto del Deporte para Todos.

En último plano, cabría destacar las numerosas conclusiones que se han publicado de otros tantos congresos científicos, seminarios de carácter nacional o internacional sobre el deporte, comunicaciones de organizaciones internacionales, etc. Así, por ejemplo, la Carta Europea de Deporte para Todos, en su artículo 3 indica "siendo el deporte uno de los aspectos del desarrollo sociocultural, deberá ser tratado a nivel local, regional y nacional". En el I Seminario Europeo de Municipio y Deporte, celebrado en Madrid en 1979, entre otras conclusiones se estableció "que el deporte ha de considerarse como un servicio público dentro de la comunidad y ha de recibir un tratamiento prioritario dentro de la actividad de los ayuntamientos". En seminarios posteriores como el de L'Hospitalet, en 1986, en una excelente síntesis sobre las funciones de la gestión deportiva en el ámbito local se recalca también la idea anterior: "el Deporte para Todos debe estar potenciado por las administraciones locales y territoriales". Asimismo la Carta Internacional de la Educación Física y el Deporte de la UNESCO, sin llegar a atribuir unas competencias específicas a las corporaciones locales, reconoce en su artículo 5.3 la importancia de los planes de urbanismo y ordenación rural en la planificación a largo plazo de las necesidades de equipamientos deportivos. Habría que resaltar también la celebración del Seminario de Derecho del Deporte, de Málaga en 1989, del cual se recogieron las conclusiones que formaron la base para la elaboración de la Ley del deporte de Andalucía. En los textos se recoge que "los ayuntamientos deberán promover y fomentar en su ámbito de actuación con especial atención al Deporte para Todos y los intereses sociales la actividad deportiva".

Si asumimos el consenso social, como criterio para establecer los valores culturales que deben prevalecer, todo parece indicar que la actividad deportiva es considerada como un bien social de



Pause. LAHOVSKY, Václav. Checoslovaquia. Foto Sport

primera magnitud, y que debe ser afrontada en primera instancia por las administraciones locales e indudablemente por los gobiernos territoriales y nacionales. La función de los ayuntamientos en la oferta deportiva debería orientarse prioritariamente hacia los grupos menos favorecidos y que encuentran mayores dificultades en el acceso a la práctica. De los numerosos estudios realizados se desprende que estos grupos se centran en aquellos con menor capital, no sólo socioeconómico, sino cultural y biológico. Es indudable que los jóvenes forman parte de un grupo social que por sus necesidades de desarrollo y maduración y por encontrarse en etapas de socialización importantes requieren una oferta deportiva prioritaria, pero también es cierto que es el grupo que goza de la mayor atención por parte de todas las organizaciones deportivas y educativas, por lo que generalmente sus necesidades suelen estar cubiertas por unas y otras estructuras.

En todo caso el proceso de establecer una oferta determinada no debería obedecer a criterios arbitrarios ni a la aplicación de programas estándares porque las realidades municipales son bien diferentes incluso dentro de una misma

provincia o isla. Dadas las limitaciones presupuestarias que cualquier corporación local encuentra para acometer sus programas, la lógica reclama un análisis de la situación y la determinación de un diagnóstico antes de emprender cualquier acción. La experiencia y la investigación han demostrado que un proceso racional de planificación garantiza la rentabilidad económica y social de las inversiones y evita gastos innecesarios. Aunque ya se poseen suficientes conocimientos sobre los índices de participación según indicadores sociales y demográficos como para valorar los sistemas deportivos locales y establecer los puntos fuertes y débiles de los mismos, siempre se requieren datos concretos sobre cada sistema local que nos sirvan de apoyo para la elaboración de programas deportivos.

### Los instrumentos de planificación deportiva en los sistemas locales

La realización de planes de actuación deportivos que persigan la rentabilidad social y con el menor coste posible requieren de una metodología en la que se tengan en cuenta no so-



lamente lo que podemos denominar el subsistema deportivo, sino también el entorno donde se desenvuelve. Dada la longitud de este tema, que de por sí ya es considerable, intentaremos exponer brevemente los instrumentos metodológicos de los que se dispone. Los trabajos sobre la planificación deportiva en sistemas locales son escasos, quizás debido a la complejidad no son más numerosos, pero podríamos destacar dos de ellos que abordan los procesos de planificación con una gran seriedad. *Un programa local para el desarrollo del deporte* es el título que Bruno Rossi, en colaboración con el centro de estudio del CONI, dio a un dossier que posteriormente fue traducido al español por el INEF de Cataluña, AETIDE (Asociación Española para el Trabajo sobre Instalaciones Deportivas) y la CEUMT (Centro de Estudios Urbanísticos y Territoriales). Asimismo *La teoría general de sistemas aplicada a la planificación deportiva municipal* es el tema que Jesús Martínez del Castillo desarrolló como tesis doctoral en la Universidad de Lovaina y que probablemente veamos adaptada y publicada al español próximamente. En todos ellos se aborda la planificación desde una perspectiva global donde se tienen en cuenta no sólo aquellos indicadores del subsistema deportivo, sino también de la realidad donde se asienta. En este sentido, se tiene en cuenta, por ejemplo, la evolución de la ordenación del suelo en lo que afecta a los planes de reserva para la construcción de equipamientos y protección de zonas verdes. Las tasas de natalidad y mortalidad, los modos de producción y sectores económicos predominantes, así como su evolución en lo que afecta al consumo de tiempo libre, la distribución de las poblaciones por edades, sexos, niveles de ocupación y empleo, estudios, etc. Todos los trabajos de planificación conocidos hasta la fecha, sea desde la perspectiva del marketing, de la Teoría de Sistemas, o desde la Psicología

Cognitiva aplicada a organizaciones, poseen un fundamento común. Este fundamento responde a una simple cuestión: anticiparse a los cambios y en cierta medida provocar los cambios, que es la meta de toda planificación. El proceso cíclico de "conocer" una realidad, "actuar" sobre ella, "verificar" la transformación y "evaluarla", como indica De Andrés, deben ser los instrumentos de los que debemos servirnos para conseguirlo. Utilizaremos el término de marketing (mercadología, mercadotecnia), hoy tan de moda, para ilustrar y definir lo que forma parte de un cuerpo de conocimientos comunes cuya finalidad no es otra que la de satisfacer las demandas conocidas y latentes de un conjunto de usuarios. Aunque el marketing haya venido utilizándose por parte de organizaciones financieras y comerciales con el fin de rentabilizar sus inversiones y obtener los rendimientos económicos esperados, sus campos de aplicación, como indican Kotler P. y Zaltman G. (1971:3), se han ampliado dando origen a lo que se ha definido como marketing social. Diversos sectores relacionados con los servicios sociales, tanto públicos como privados, lo han venido utilizando desde 1950 aproximadamente en campos tan dispares como la salud, la información, la cultura, el equilibrio ecológico, etc. (Gómez, A. y Quintanilla, P., 1988:120). En el ámbito del deporte, el marketing social encaja plenamente como instrumento de planificación al coincidir en sus planteamientos con los trabajos de planificación conocidos. Las fases de un proceso responden por lo general a:

1. *El planteamiento de objetivos generales*, que posibilite la posterior investigación y la determinación de qué se debe investigar de cara a un diagnóstico inicial. Si estableciéramos, por ejemplo, como un objetivo prioritario la potenciación de los recursos ma-

rítimos y costeros como elemento de prácticas deportivas, es indudable que deberíamos dirigir la atención a conocer el estado y la situación de esos recursos, a su nivel de utilización real y a la potencialidad de uso.

2. *El conocimiento de la realidad municipal* (análisis del mercado), tanto en el plano del deporte como en la realidad donde se desenvuelve. En el plano del deporte la tarea puede ser más o menos compleja o más o menos costosa en función del tamaño de hábitat del municipio, por lo que generalmente hay que delimitar el campo de actuación. Los indicadores que generalmente se establecen responden a:

- 2.1 *Determinación de la demanda*, que nos permita establecer el tamaño real de la participación, así como la tasa de frecuencia de práctica, la distribución de la demanda por edades, sexos, etc., el nivel de afiliación de los practicantes a los distintos sectores (público y privado). Las actitudes y motivaciones de los que participan en el deporte nos permitirían conocer también el nivel de satisfacción/insatisfacción de la demanda real.

Por otro lado a partir de la demanda real, habría que plantarse el análisis de los que no practican deporte, de sus motivaciones, necesidades y consumo de tiempo libre por la repercusión que ello puede tener en una oferta de servicios ampliada.

- 2.2 *Determinación de la oferta* desde una triple perspectiva. Los servicios existentes, la oferta de instalaciones y la oferta asociativa:

- *Los servicios existentes*, responden al tipo de actividades que los distintos entes deportivos ofertan. Habría que determinar cuáles son las características de esa oferta, su nivel organizativo, el coste eco-

nómico que supone, el tamaño de su participación, etc.

- *La oferta de instalaciones* se reconoce como uno de los elementos más importantes de los sistemas deportivos. Dado que la institucionalización de las prácticas deportivas ha supuesto en gran medida la institucionalización de los espacios para el deporte, el análisis de la oferta de instalaciones debería contemplar al menos la distribución espacial de las mismas, las áreas de influencia, las zonas deficitarias de instalaciones, el nivel de diversificación de los distintos espacios deportivos, las limitaciones y posibilidades que ofrecen para una oferta diversificada, etc. Por otro lado, y teniendo en cuenta la excesiva especialización de los espacios deportivos que limitan en exceso la práctica de actividades físicas alternativas, el análisis de los espacios cotidianos de práctica deportiva y que no responden a unidades arquitectónicas, sino a zonas naturales más o menos adaptadas a la práctica de algún deporte deberían tenerse en cuenta para el diagnóstico de la red de instalaciones.
- *El análisis de la oferta asociativa*, tiene por objetivo conocer las posibilidades de canalización de los servicios municipales deportivos mediante acciones sinérgicas que posibiliten la rentabilidad económica y social de estos servicios. Dado el interés mutuo de las asociaciones y los servicios municipales de deporte en el fomento de la práctica deportiva, ambos deberían encontrar objetivos comunes que posibiliten una optimización de los recursos existentes. Aún reconociendo que la demanda asociativa en nuestro entorno es escasa y que incluso en aquellos países con una tradición asociativa elevada

el incremento de las demandas se está dando fuera del sector asociado, resulta por de pronto imprescindible el conocimiento de la realidad asociativa a la hora de fijar un programa de actividades. Desde esta perspectiva habría que guiar la atención hacia el número de asociaciones presentes en el municipio, la infraestructura que poseen, los recursos humanos de que disponen, tanto técnicos como directivos, las actividades de que participan y la orientación de las mismas, etc.

- 2.3 *Análisis del entorno*. Por otro lado al margen de los análisis tendentes a conocer la situación de las demandas y ofertas deportivas existen toda una serie de factores indirectos que condicionan en mayor o menor medida las características del deporte en el municipio. Por este motivo es adecuada la obtención de datos sobre las actividades laborales que se desarrollan en el municipio: cómo son las actividades laborales y el sistema de producción, cómo se distribuye el sistema residencial, las facilidades y dificultades de los desplazamientos dentro del municipio, las características sociales y culturales del área, el entorno medioambiental, así como las relaciones con los municipios y territorios circundantes, etc. La finalidad de obtener un conocimiento de la realidad deportiva y no deportiva, mediante un análisis exhaustivo para la obtención de datos, no debe ser otra que la de conocer las necesidades y carencias del entorno donde nos desenvolvemos. La integración de todos los datos nos debe permitir establecer un modelo descriptivo de todo cuanto acontece en el municipio y a partir de la identificación de los puntos fuertes y débiles del

sistema esto nos permita establecer un conjunto de estrategias y acciones que definan la política deportiva municipal.

3. *Elaboración de un programa de actividades* (desarrollo del producto/servicio). La amplísima gama de servicios deportivos tiende a ensombrecer las ideas cuando se trata de fijar qué servicios se deben ofertar. Las limitaciones que nos imponen los espacios deportivos, los derechos que se adquieren por la costumbre de uso en una parte de sectores de practicantes, etc., contribuyen a complicar el establecimiento de una oferta que responda a las necesidades detectadas. No podemos aquí concretar programas porque ante todo los programas deberían responder al conocimiento que tenemos de cada realidad observada. En todo caso, los rasgos generales que deberían ser tenidos en cuenta responden a:
- Determinación de objetivos y estrategias.
  - Acciones de promoción.
  - Servicios previsibles a ofertar.
  - Calendarios y temporalización de las actividades previstas.
  - Proyectos de gestión de instalación.
  - Planes de reformas de instalaciones y reservas de suelo.
  - Acciones de formación de técnicos.
  - Canales de comunicación e información de servicios.
  - Determinación de precios por el uso de servicios.
  - Determinación de los instrumentos de evaluación e impacto de los programas.
4. Como última fase del proceso cabría destacar *la verificación de las transformaciones observadas* (análisis y detección de las incoherencias). Dada la complejidad de las



realidades sociales resulta prácticamente imposible predecir al 100% los comportamientos de todas las asociaciones o personas que intervienen en un programa o se benefician del mismo. En general esto debería motivarnos a adoptar una actitud de alerta y flexibilidad de posibles cambios que en momentos determinados deben introducirse. La observación continuada y verificación de lo que en cada momento "es" con lo que "esperábamos que fuera" a partir de los instrumentos de evaluación previstos es una actitud de anticipación de posibles incoherencias del programa. Una de las alternativas de las que podemos disponer para reducir al mínimo la incertidumbre es la elaboración de planes de contingencia que puedan ser introducidos en un momento determinado para paliar posibles desajustes.

## Conclusiones

El Deporte para Todos no responde a un modelo institucionalizado del deporte. Sus principios están orientados al desarrollo de la persona según el momento madurativo en el que se encuentra, y reconoce la importancia de la presencia de la actividad deportiva en el entorno comunitario o vecinal donde se resida. Va más allá de las meras labores de promoción y como cualquier servicio social requiere de unos planteamientos que se asienten firmemente en el conocimiento de cada realidad donde se pretenda aplicar. Desde esta perspectiva resultan imprescindibles las tareas de planificación para su desarrollo, así como para la optimización y rentabilidad de todos los recursos que conlleva su aplicación.

## BIBLIOGRAFÍA

- ANDRÉS, F. de, *La oferta pública y privada en el deporte español*, ponencia presentada en el Simposio El Deporte en la Sociedad Española Contemporánea, Madrid CSD, 1983.
- BOE *Ley del deporte*, BOE núm. 249, de 17.10.1990.
- BURTON, D. y MARTENS, R., "Pinned by their own goals: an exploratory investigation into de kids drop out of wrestling", en *Journal of Sport psychology*, núm. 8, 1986.
- CONSEJO DE EUROPA, "Carta europea del Deporte para Todos", en *Boletín de información y documentación*, núm. especial, Ed. Unisport, Málaga, 1988.
- GABINETE DE ESTUDIO ECONÓMICO Y SOCIAL ALEF *Informe sobre demanda latente de Cultura y Deporte*, Ed. Consejería de Cultura y Deportes, Madrid, 1986.
- GALBRAITH, J.K. *The New Industrial State*, Ed. Hamish Hamilton, Londres, 1967.
- GARCÍA FERRANDO, M. *Hábitos deportivos de los españoles (sociología del comportamiento deportivo)*, Ed. Ministerio de Cultura. Instituto de Ciencias de la Educación Física y el Deporte, Madrid, 1986.
- GARCÍA FERRANDO, M. *La crisis del deporte federado: el caso del deporte municipal en España*, ponencia presentada en el Congreso Mundial de la AISEP, Madrid, 1988.
- GARCÍA FERRANDO, M. *Notas para el estudio de la estructura social de Deporte y de la práctica deportiva en España*, ponencia presentada en el Simposio El deporte en la Sociedad Española Contemporánea, Madrid CSD, 1983.
- GÓMEZ, A. y QUINTANILLA, P., *Marketing social. Desarrollo, concepto y aplicación*, Ed. Promolibro, Valencia, 1988.
- GOULD, D. et. al. "Sport psychology in the 1980's: status, direction and challenge in youth sports research", en *Journal of Sport Psychology*, núm. 4, 1974.
- GUTMANN, A. *From ritual to record*, Columbya University Press, Nueva York, 1978.
- KNOP, P. *Deporte para Todos en Flandes (Bélgica)*, en las actas del II Seminario andaluz sobre el deporte municipal, Ed. Unisport, Málaga, 1988.
- KNOIG, P. *Soziologie (Fischerlexikon)*, Frankfurt, 1967. Cfr. Weis, Kurt, *Desvío y conformidad en la institución del deporte*, en Lüschen G. y Weis, K. *Sociología del deporte*, Ed. Miñón, Valladolid, 1979, p. 252.
- KOTLER, P. y ZALTMAN, G., "Social Marketing: an approach to planned social change", en *Journal of marketing*, vol. 35, julio de 1971.
- LENK, H. *Sobre la crítica al principio del rendimiento en el deporte*, en Lüschen, G. y Weis, K., *Sociología del deporte*, Ed. Miñón, Valladolid, 1979, p. 133.
- MASLOW, A. *Motivación y personalidad*, Ed. Sagitario, Barcelona, 1954.
- MASLOW, A. "Algunas proposiciones para lograr un crecimiento y una autorrealización psicológica", en *La Educación hoy*, núm. 2, vol. 3, febrero de 1975.
- MAYNTZ, R. et al. *Introducción a los métodos de la sociología empírica*, Ed. Alianza Universidad, 4ª edición, Madrid, 1985.
- McCLELAND, D., *The achieving society*, Ed. Van Nostrand, Nueva York, 1961.
- MILSHTEIN, O. *Estructura social del deporte*, conferencia dada en Las Palmas de Gran Canaria, marzo, 1989.
- MUCCHIELLI, A., *Las motivaciones*, Ed. Paidotribo (col. Conocer), Barcelona, 1988.
- ORLICK, T., "The athletic dropout: a high price for inefficiency", en *Canadian association for health, physical Education and Recreation Journal*, nov.-dec., 1974.
- PARLEBÁS, P. *Elementos de sociología del deporte*, Ed. Unisport, Málaga, 1988.
- POOLEY, J.C., *Drop outs*, en *Coaching Review*, núm. 3, 1980.
- RACIONERO, L., *Del paro al ocio*, Ed. Anagrama, 9ª edición, Barcelona 1986.
- VAN LIERDE, A. *Filosofía y futuro del Deporte para Todos*, en las Actas del II Seminario andaluz sobre deporte municipal, Ed. Unisport, Málaga, 1988.
- ROBERTSON, I., "Youths sport in Australia", en Weiss, M.R. y Gould, D. (eds.) *Sport for children and youth: the 1984 Olympic Scientific Congress Proeedings*, vol. X. Human Kinetics, Illinois, 1986.
- ROSSI, B. *Un programa local para el desarrollo del deporte*, INEFC-Barcelona, 1981.
- SERRANO, J.A., *Análisis de la demanda y de la oferta de instalaciones de Arrecife*, sin publicar, Las Palmas, 1989.
- SERRANO, J.A., "Bases de una ordenación del deporte", en *La Palma*, (sin publicar) Las Palmas, 1990.
- YDE, J.M. "El Deporte para Todos en Francia", en las Actas del II Seminario andaluz sobre deporte municipal, Ed. Unisport, Málaga, 1986.
- KRAWCZYK, Z. et al. "La dialéctica del cambio en el deporte moderno", en Lüschen G. y Weis, K. *Sociología del deporte*, Ed. Miñón, Valladolid, 1979, p. 142.