



El papel del turismo deportivo de naturaleza en el desarrollo rural The impact of nature sports tourism on rural development

David Moscoso-Sánchez
Universidad Pablo de Olavide
dmoscoso@upo.es

<https://orcid.org/0000-0003-4135-1475>

Recibido/Received: 15-05-2020

Aceptado/Accepted: 01-06-2020

RESUMEN:

El turismo deportivo de naturaleza ha experimentado una inusitada difusión en las últimas décadas. Se puede decir metafóricamente que una de las últimas revoluciones vividas en el mundo rural ha sido la *colonización del ocio* en sus pueblos y entornos naturales. En las situaciones más paradigmáticas, dicho fenómeno ha transformado lugares aislados y pueblos remotos en paisajes masificados y economías de especulación turística. A este proceso de cambio social y económico ha contribuido las políticas comunitarias de desarrollo rural —iniciativas como LEADER y el fondo FEADER implementadas de forma continuada entre 1991 y 2020—. Tales políticas han reinventando el espacio rural atribuyéndole nuevos significados materiales, que es la imagen que se pone en valor (tranquilidad, aventura, calidad de vida, etc.) a través de nuevas actividades económicas como el turismo deportivo de naturaleza. Al tratarse de un proceso artificial que transforma un espacio, unos significados y unos modelos de economía ya asentados (la agricultura, la ganadería, la explotación forestal, la caza, etc.), también genera conflictos en la articulación de intereses, algo que se plasmará en las relaciones sociales, políticas y económicas, entre los viejos y nuevos actores del medio rural. El presente artículo aborda este proceso, con la finalidad de proporcionar claves para una adecuada ordenación del turismo deportivo de naturaleza basada en la concertación social.

Palabras clave: Turismo rural; deportes de naturaleza; desarrollo rural; sociología; Andalucía.

ABSTRACT:

Nature sports tourism has undergone a huge surge in growth in recent decades. Metaphorically, it might be said that the latest revolution to transform life in rural areas has been the ‘colonisation of leisure’ in its small towns and natural spaces. In the most notable cases, small, out of the way villages and retreats have become overrun by tourists and seen their economies transformed by speculation. This process of social and economic change has been promoted by EU programmes for rural development, such as the ongoing LEADER and FEADER initiatives, which have been running continuously since 1991. These policies have reinvented rural spaces by imbuing them with new material meanings (tranquillity, adventure, quality of life, etc.) and capitalising on that re-imaging through new economic activities, such as nature sports tourism. As this is an artificial process affecting pre-existing spaces, meanings and economic models (e.g. agriculture, forestry, hunting, etc.), it can also lead to conflicts of interests, as witnessed in the political, economic and social relations between locals and newcomers in rural areas. This article

examines this process with the aim of providing proposals for how to manage and organise nature sports tourism through social dialogue and cooperation.

Keywords: rural tourism; nature sports; rural development; sociology; Andalusia.

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO/ HOW TO CITE THIS ARTICLE

Moscoso-Sánchez, David (2020): El papel del turismo deportivo de naturaleza en el desarrollo rural. *Rotur, Revista de Ocio y Turismo*, 14(2): 70-87 <https://doi.org/10.17979/rotur.2020.14.2.6535>

I. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas nos hemos acostumbrado a una estampa atípica hasta hace poco tiempo. Cualquiera que decida en domingo acercarse a los alrededores de nuestros pueblos es muy fácil que se encuentre a alguien paseando por los viejos senderos de pastores y campesinos, recorriendo las pistas forestales en bicicleta de montaña, escalando las afiladas peñas que apuntan hacia el cielo, o bien sobrevolando en parapente los horizontes verdes de nuestra naturaleza. Es una estampa que ilustra una realidad inimaginable hasta hace poco, pero que, en todo caso, no expresa por sí sola la enorme complejidad de este fenómeno.

Y es que las nuevas formas de uso y aprovechamiento de los recursos naturales y recreativos en el medio rural han ido sustituyendo en las últimas décadas a las tradicionales funciones primarias (agricultura, ganadería, apicultura, explotación forestal, etc.) que lo caracterizaban, como también los aspectos que lo definían. Así, calificativos como el atraso, la subsistencia, el aislamiento y la dureza de la vida, con que hace pocas décadas se identificaban al medio rural, han sido sustituidos por aspectos como el paisaje, los pueblos, el turismo o la tranquilidad.

En ese cambio de atribuciones simbólicas del medio rural han influido las políticas de desarrollo rural implementadas desde los noventa en Europa, que respondían al cambio de filosofía introducida en el discurso de la Comisión Europea a raíz de la publicación *Informe sobre el Futuro del Mundo Rural* (1988). Dicho informe suponía un análisis reposado sobre los problemas del mundo rural en el marco de las sociedades industriales avanzadas, procurando recoger los cambios que se estaban dando en la opinión pública europea y que demandaban un nuevo modelo de desarrollo. El debate abierto en Europa sobre la necesidad de abordar los problemas del mundo rural desde políticas diferentes de las relacionadas con la producción agrícola, significó la adopción desde entonces de políticas de desarrollo rural con las que el poder público asumía un papel dinamizador, pero no directamente intervencionista, participando en la financiación y regulación de las iniciativas procedentes de la propia sociedad rural.

La política de desarrollo rural comienza a concretarse así como una política diferenciada de la Política Agraria Comunitaria (PAC), integrando de manera global los problemas del mundo rural y respondiendo a las nuevas demandas de una sociedad como la europea, que, al haber alcanzado la autosuficiencia alimentaria y unos niveles elevados de bienestar, se planteaba en ese momento cómo hacer viable la continuidad de un modelo equilibrado entre campo y ciudad —uno de los grandes patrimonios de la cultura europea y de los elementos básicos de su cohesión social. Se trataba de políticas que iban en la dirección de superar acciones sectoriales, para integrar todo el conjunto de actuaciones que pudieran generar actividades económicas en el medio rural y mejorar la calidad de vida de su población. Sus orientaciones se incardiaban en una concepción integral y dinámica del desarrollo, donde el territorio, el paisaje, el medio ambiente, la economía productiva y las actividades recreativas y de ocio no son compartimentos estancos, sino partes de un todo interdependiente.

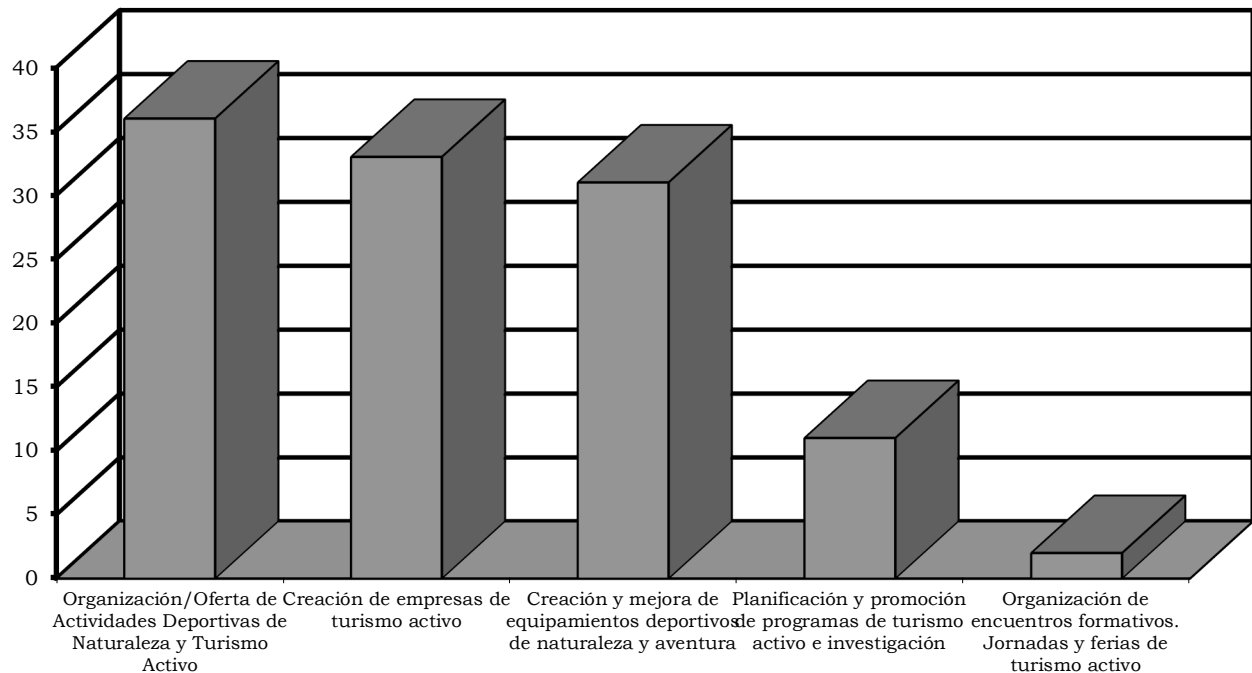
En este marco, las distintas regiones españolas y europeas tuvieron oportunidad de experimentar desde entonces diversas fórmulas para el desarrollo del mundo rural —lo que incluye a los espacios naturales protegidos, máxime en el momento en el que el Plan NATURA se incorporó como segundo pilar de la PAC financiado con el fondo FEADER—, fórmulas que, como la iniciativa LEADER¹ y el programa PRODER, tuvieron gran incidencia en la sociedad rural, una sociedad en profunda transformación.

En el seno de ambos programas, muchas de las acciones emprendidas desde las comarcas beneficiarias —a través de los Grupos de Desarrollo Rural (GDR)— estuvieron relacionadas con el turismo deportivo de naturaleza, al amparo de la medida 3 de la citada Iniciativa («Recuperar, proteger y conservar el patrimonio rural y el medio ambiente; y abordar aquellas cuestiones que se traduzcan en la puesta en valor del patrimonio, del paisaje y de los recursos naturales»).

En un estudio precedente realizado en Andalucía (Moscoso, 2010) se analizó la base de datos de acciones aprobadas en el marco de aplicación de esta iniciativa entre 1991 y 2006, en la cual se recogía información sobre las actuaciones relacionadas con el turismo deportivo de naturaleza (105 expedientes de un total de 15.754). De entre éstas, la mayoría tenían que ver con la organización y oferta de actividades y eventos deportivos de naturaleza y aventura (36 expedientes), la creación de empresas de turismo activo o de servicios deportivos de naturaleza (33 expedientes) y la creación y mejora de instalaciones y equipamientos deportivos de aventura (31 expedientes) (ver gráfico 1). La mayoría de las acciones se implementaron en comarcas de montaña (el 56% de ellas), siendo menos en número las desarrolladas en comarcas de los valles y del litoral (36% y 8%, respectivamente).

¹ LEADER es una iniciativa de la Comisión Europea, que, en sus etapas I, II y Plus, no estaba integrada en la PAC, ni se financiaba con fondos de esta política, sino con el presupuesto propio de la Comisión. A raíz de su integración en el segundo pilar de la PAC, deja de ser Iniciativa y para pasar a formar parte de la política agraria común y a financiarse con el fondo FEADER. Desde entonces, LEADER es sólo un enfoque, una metodología "bottom-up", que impregna las acciones incluidas en la Estrategia de Desarrollo Local Participativo del segundo pilar.

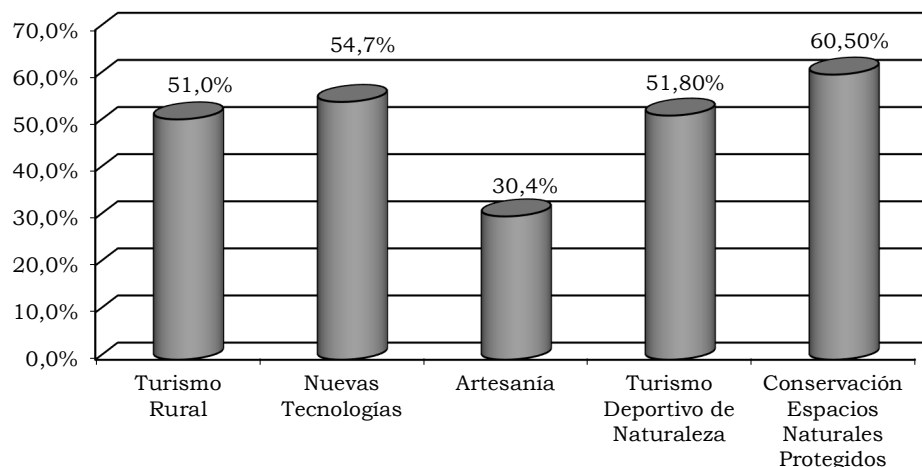
Gráfico 1. Tipología de proyectos de turismo deportivo de naturaleza en el marco de los programas de desarrollo rural LEADER Y PRODER en Andalucía (1991-2006)



Fuente: Moscoso (2010) a partir de Consejería de Agricultura y Pesca, Junta de Andalucía.

Con respecto a la opinión de la población sobre la incidencia del turismo deportivo de naturaleza en el desarrollo socioeconómico de las zonas rurales, la encuesta realizada por el IESA-CSIC (CE-0601, 2007) para la evaluación final del programa LEADER PLUS en Andalucía mostraba cómo más de la mitad de la población encuestada —consistente en población residente en comarcas rurales beneficiarias por este programa— consideraba que el turismo deportivo de naturaleza contribuía mucho o bastante al desarrollo de las zonas rurales (ver gráfico 2).

Gráfico 2. ¿En qué medida cree usted que contribuyen a la mejora de las condiciones de vida y la creación de empleo las siguientes actividades?



Fuente: IESA, CE-0601 (2007)

No cabe duda que la expansión del turismo deportivo de naturaleza en España debe mucho a las políticas de desarrollo rural, implementadas con el fin de diversificar la actividad económica en el medio rural, mejorar las condiciones de vida de su población y ofrecer fórmulas de conservación del medio natural. Aunque tampoco podemos obviar que otros factores, como el propio cambio cultural experimentado en la modernidad y postmodernidad, también influyeron a la difusión de los deportes de naturaleza y, con ello, de la actividad turística asociada.

Las estadísticas muestran que el número de personas interesadas por la práctica de estos deportes se ha incrementado notablemente desde entonces, al igual que lo han hecho las personas que visitan los espacios naturales protegidos y quienes pernoctan en alojamientos rurales. Así, según la *Encuesta de Hábitos Deportivos en España* (EHDE) —realizada por el Consejo Superior de Deportes de manera quinquenal desde 1980 a 2015—, mientras que en su edición de 1990 el número de personas que practicaban deportes de naturaleza² eran un 12%, en la edición del año 2015 esta cifra llegaba al 30% (unos 6 millones de personas) de la población deportiva española —destacando el montañismo y el senderismo frente al resto, que en 2015 practicaban unos 3 millones de personas. Con respecto al número de visitantes a espacios naturales protegidos, si nos ceñimos a los datos ofrecidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE) sobre quienes visitan los Parques Nacionales, la evolución ha pasado de 3.716.183 visitantes en 1990 a 15.510.590 en 2017. Por último, en lo que atañe a los viajeros y las pernoctaciones de alojamientos rurales en España, de acuerdo con la *Encuesta de Ocupación de Alojamientos Hoteleros* del Instituto Nacional de Estadística (INE), mientras que en 2001 hubo 1.210.890 viajeros alojados en establecimientos rurales, en 2019 esta cifra aumentó hasta los 4.416.513 viajeros, pasando de tener un número pernoctaciones de 3.660.815 en 2001 a 11.689.257 en 2019 en alojamientos de turismo rural.

Pese al importante papel que han supuesto las políticas de desarrollo rural en el impulso del turismo rural y de segmentos especializados como el turismo deportivo de naturaleza, la producción científica sobre esta relación es muy limitada. Cierto es que los deportes de naturaleza han sido tratados en el ámbito académico de una forma sistemática desde mediados de los años ochenta, si bien la mayoría de las investigaciones realizadas tenían que ver con sus posibilidades educativas, los beneficios físicos, psíquicos y sociales y los comportamientos individuales y de grupo entre sus practicantes. Pero el binomio que aquí se analiza apenas ha sido objeto de interés académico por las ciencias del deporte, la sociología rural o la investigación turística. La mayor parte de los trabajos no entran más que a vuelapluma en esta relación, ni tampoco aportan datos empíricos de relevancia. Sólo merecen destacarse algunos trabajos realizados desde un enfoque específico, como las obras colectivas *Rural tourism and recreation* (Roberts y Hall, 2001) y *Deporte y desarrollo Rural* (Moscoso y Moyano, 2006), además de las investigaciones doctorales de González (2002), Gil (2002) y Moscoso (2010). Además, merecen resaltarse un conjunto de documentos institucionales que recopilan y analizan datos y estadísticas oficiales, así como recomendaciones para la promoción de este sector, tales como *La valorización del turismo de senderismo en los territorios rurales* (Observatorio Europeo Leader, 2001), *El Empleo y las actividades ecoturísticas en Andalucía* (Consejería de Medio Ambiente, Junta de Andalucía, 2002), *El turismo de naturaleza en España y su plan de impulso* (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2004) y *Senderos señalizados y desarrollo rural sostenible* (FEDME, 2012).

² Montañismo y senderismo, esquí y otros deportes de invierno, actividades subacuáticas (buceo, pesca submarina), vela (nevegación, windsurf), escalada/espeleología, piragüismo, remo y descensos, automovilismo (rally y todoterreno), motonáutica y esquí náutico y actividades aeronáuticas, entre otras.

II. TURISMO DEPORTIVO DE NATURALEZA Y DESARROLLO RURAL: DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Dado que el objeto de este artículo se centra exclusivamente en aquellas actuaciones que hacen uso del turismo deportivo de naturaleza en el marco de las políticas de desarrollo en las zonas rurales, conviene realizar varias matizaciones que resaltan los elementos característicos de este binomio.

- En primer lugar, que el tipo de prácticas deportivas que nos interesa analizar se han impulsado, entre otras razones, gracias a las políticas de desarrollo rural.
- En segundo lugar, que las prácticas deportivas difundidas en el ámbito del desarrollo rural se mueven, sobre todo, por razones de tipo instrumental (la diversificación de las actividades económicas del territorio y la creación de empleo local), si bien, ya sea directa o indirectamente, pueden contribuir a la mejora de las condiciones de vida de la población (la practicante y la residente en el espacio rural).
- En tercer lugar, que su difusión ha estado asociada a la propia expansión del turismo rural, convirtiéndose así en una actividad complementaria a la de la oferta de alojamientos rurales.
- En cuarto lugar, que los deportes de naturaleza y aventura se desenvuelven en el espacio natural, convirtiéndose este espacio en un componente esencial para su práctica, que suele ser complejo, puesto que en muchos casos hablamos de zonas objeto de políticas de protección y conservación ambiental.
- Y, en quinto y último lugar, que los deportes de naturaleza carecen de una reglamentación fija, se realizan mayoritariamente en momentos de ocio y tiempo libre, como actividad de esparcimiento y recreación, el modo de práctica puede variar según el gusto del practicante, están sujetas a una constante transformación, el componente de aventura es esencial y el uso de tecnología es indispensable, tanto para hacer posible su práctica cuanto para la seguridad de quienes lo practican.

Por lo demás, en el estudio de esta relación entre turismo deportivo de naturaleza y desarrollo rural conviene tener en consideración que existen numerosos actores implicados en su difusión y comercialización, según los diversos intereses y motivaciones de quienes los promueven y quienes los practican. En un trabajo precedente (Moscoso, 2003) se consideraba a estos actores según su carácter directo (los practicantes, el entramado formal de los deportes de naturaleza, empresas de turismo activo, monitores, etc.) e indirecto (hostelería, comercios, etc.), endógeno (la población, los empresarios y las administraciones locales) y exógeno (las empresas, entidades y profesionales que se desarrollan su actividad, vinculada a este tema, desde las medianas y grandes ciudades) y, por último, público-institucional (ayuntamientos, diputaciones, Consejerías, Grupos de Desarrollo Rural, Patronatos de Espacios Naturales Protegidos, etc.) y privado-empresarial (asociaciones, empresas, profesionales, etc.). Asimismo, en el citado trabajo se hacía referencia, en el caso concreto de los usuarios de estas prácticas turístico-deportivas, a una variedad, según sus motivaciones e intereses: entre otros, turistas ocasionales, deportistas amateur, practicantes habituales y deportistas de alto rendimiento.

Con todo, para comprender la complejidad y el alcance de este objeto es necesario tener presente la existencia de ese heterogéneo mapa de actores, que además interactúan en un proceso dinámico de transformación económico-territorial y cultural de los espacios rurales. Sólo así es posible conocer el modo como esta actividad se ha incorporado a tales dinámicas, su verdadero impacto en el medio y la población rural y las situaciones de conflictividad que se expresan en su articulación como actividad social y económica.

III. VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LA PROMOCIÓN DEL TURISMO DEPORTIVO DE NATURALEZA EN EL MARCO DEL DESARROLLO RURAL

Ya se ha señalado que en el origen y difusión del turismo deportivo de naturaleza contribuyó, en gran medida, la reestructuración económica del espacio rural a través de iniciativas de desarrollo rural local como el LEADER y, en concreto, las acciones vinculadas a la promoción del turismo rural. También se ha perfilado que en la expansión de esta actividad intervino igualmente las políticas de protección de los espacios naturales protegidos, que contempla entre sus planes de actuación (Planes de Ordenación y Gestión de los Recursos Naturales –PORN-, Planes Rectores de Uso y Gestión de los Espacios Naturales –PRUG- y Planes de Desarrollo Sostenible –PDS-) la promoción del turismo verde y el deporte en la naturaleza. En ese marco, se pusieron en valor las propiedades paisajísticas y patrimoniales del espacio rural y, a partir de ellas, se han venido promocionando distintos tipos de actividades de ocio y tiempo libre, como es el turismo deportivo de naturaleza.

En términos generales, gracias a todas esas actuaciones el turismo deportivo de naturaleza ha contribuido a la generación de empleo, al incremento del nivel de renta y a la mejora de las condiciones de trabajo y vida de la población. Esto ha sido posible gracias a que el turismo deportivo de naturaleza despliega su potencial como factor de desarrollo en diversos ejes:

- *Movilización social y cultural de la población rural.* El turismo deportivo hace afluir a muchas zonas rurales personas foráneas (los deportistas y turistas deportivos), cuya presencia permite reducir el ambiente de soledad, aislamiento y abandono que ha caracterizado tradicionalmente a estos lugares, e incluso ayuda a frenar la despoblación. Además, revitaliza las relaciones sociales, aumentando el sentimiento de bienestar general de la población rural.
- *Diversificación y modernización de las actividades económicas.* El hecho de que los espacios rurales despierten un inusitado interés para la práctica de determinadas actividades deportivas permite la aparición en estas zonas de empresas de turismo rural y turismo activo, así como la aparición de empresas de servicios de hostelería, alimentación, souvenir, etc.
- *Equidad territorial.* El turismo deportivo de naturaleza también puede contribuir a la equidad territorial, ya que la demanda creciente de estas actividades insta a las administraciones públicas a dotar de mejores infraestructuras de comunicación y servicios a los municipios de los principales espacios de atracción, motivando la inversión de más recursos en la zona. Asimismo, pueden ayudar a consolidar la identidad y la cooperación territorial.

En España, la incidencia de estos ejes puede constatarse en muchos pueblos, sobre todo en áreas de montaña, destacando entre otros los de los valles de Benasque (en el Pirineo aragonés), Liébana (en Picos de Europa) y Poqueira (en Las Alpujarras, Sierra Nevada), donde la población residente se ha multiplicado y la actividad económica se ha terciarizado, experimentándose una especialización orientada al turismo de nieve y montaña (Moscoso, 2003). En esta línea, en un informe publicado por el Consejo Económico y Social de Aragón (*Aproximación al estudio de la industria del ocio en Aragón*, PRAMES, 1998) se indicaba que “la relevancia de este tipo de turismo estriba en el fuerte potencial de arrastre sobre otros sectores (comercios, obras públicas), constituyendo el núcleo de desarrollo económico en numerosas zonas y valles aragoneses”. Precisamente, en esta región, la Asociación Aragonesa de Empresas de Turismo Deportivo (TDA) publicaba en 2001 un informe en el que estimaba que la facturación de las empresas de turismo de naturaleza en Aragón era de 5 millones de euros anuales —en 1998 suponía casi la mitad, unos 3 millones de euros—, contando con alrededor de 250.000 clientes. Más recientemente, en 2016, el Gobierno de Aragón presentaba un nuevo informe (Hosteltur, 2016) en el que daba a conocer que sólo el senderismo generaba un impacto en la región de 158 millones de euros al

año, gracias a la visita de 1,5 millones de turistas de senderistas que viajaban a la región, población de turistas que ya en 2019 alcanzaba los 2 millones de personas (Aragón Digital, 2019).

No conviene olvidar, sin embargo, que esa estructura de oportunidades que plantea el turismo deportivo de naturaleza en el marco del desarrollo rural puede igualmente convertirse en un obstáculo para estas zonas, si el modelo de gestión no es el adecuado, esto es: si no se desarrolla con criterios de sostenibilidad y carácter integrado y participativo, puede provocar nuevos conflictos y desequilibrios socioeconómicos en las zonas rurales (Moscoso, 2010).

- En relación a la *movilización social y cultural de la población rural*, el desarrollo incontrolado de actividades turístico-deportivas en el medio rural puede generar malestar entre las personas que trabajan en otros sectores (como la agricultura y la ganadería), debido al impacto que estas actividades provoca sobre el medio natural y las explotaciones agrícolas y ganaderas. Igualmente, una excesiva masificación de estas zonas puede provocar conflictos con la población residente, pues surgen dificultades para el desarrollo normal de sus actividades cotidianas, e incluso puede provocar un incremento del coste de vida de sus pueblos. Para que nos hagamos una idea, en España alrededor del 80% de los practicantes de deportes de naturaleza residen en municipios mayores de 10.000 habitantes, por lo que la mayoría de estos practicantes viajan para la realización de estas actividades desde núcleos medios y grandes de población a las áreas rurales. Un ejemplo de esta realidad es el municipio de Chamonix, en Francia, ubicado en los Alpes, al pie del Mont Blanc, que, contando con una población residente permanente de 10.000 habitantes, durante el verano alberga a unos 125.000 turistas al día y el número de personas que practican diariamente algún tipo de deportes de naturaleza por sus alrededores supera los 20.000 (Moscoso, 2003).
- El turismo deportivo de naturaleza también puede incidir negativamente en la *diversificación de las actividades económicas*, si no se adoptan las medidas necesarias para que la población autóctona sea la principal beneficiaria por la creación de empresas asociadas. En efecto, la mayor parte de estas empresas ubicadas en las zonas rurales son creadas y gestionadas por emprendedores procedentes de las medianas y grandes ciudades, y emplean a personal no residente en estos municipios, debido a la falta de cualificación en estas profesiones entre la población rural; algo que agranda los desequilibrios socioeconómicos y conflictos entre la población rural y los empresarios del sector.
- En lo que atañe a la *equidad territorial*, hemos de ser prudentes a la hora de pensar en las oportunidades reales que el turismo deportivo de naturaleza ofrece para el desarrollo de las zonas rurales. No en todas las zonas rurales se dan las condiciones óptimas para promover medidas relacionadas con el turismo deportivo como elemento de desarrollo. Además, hemos de concebir que, en algunas ocasiones, la promoción de esta actividad puede dar lugar incluso a la confrontación entre las propias administraciones públicas con competencias en asuntos a veces cruzados, como, por ejemplo, la conservación y protección del medio ambiente, la promoción turística y la promoción deportiva.

Pues bien, en el siguiente apartado se ofrece una visual de esta doble realidad que se produce en la promoción de los deportes de naturaleza en el marco del desarrollo rural, basándonos en las evidencias empíricas de una tesis doctoral realizada sobre este binomio (Moscoso, 2010).

IV. ARTICULACIÓN DE INTERESES Y CONFLITIVIDAD EN TORNO AL TURISMO DEPORTIVO DE NATURALEZA EN EL MARCO DEL DESARROLLO RURAL. EL CASO DE ANDALUCÍA

Tal como se apuntaba previamente, el proceso de reestructuración rural ha ido configurando un nuevo marco de relaciones sociales en este espacio, dado que el cambio en las reglas del juego que supone la política comunitaria de desarrollo rural ha implicado durante años la alteración de los roles con los que los individuos y grupos sociales del medio rural establecían hasta entonces un orden preciso con el que explicaban y regulaban cualquier interacción social.

Esta situación fue dando lugar a un conjunto de fricciones motivadas por la desarticulación del anterior orden social vigente y la introducción de nuevos modelos de economía y ordenamiento del territorio, de la mano de un elenco de actores (técnicos, gestores, planificadores) cuyas funciones competían con los desempeñados tradicionalmente por los actores locales, en la tarea de lograr la legitimidad e influencia política, económica y social.

Todo ello ha venido alterando las viejas estructuras de valores y el imaginario simbólico que definían las normas de convención social, las jerarquías de poder, la concepción de los recursos naturales y el territorio, las lógicas implícitas en los modelos de economía. Esto es así porque el desarrollo rural lo que hace es reinventar un espacio (el espacio rural) al que atribuye nuevos significados, que es lo que se pone en valor (la idea que se vende con esa imagen) a través de nuevas actividades económicas. Al tratarse de un proceso que invade un espacio, unos significados y unos modelos de economía, produce un escenario contingente, algo que tendrá un peso decisivo en la configuración de las relaciones sociales, políticas y económicas entre los actores del medio rural.

Así, desde que se pusiera en marcha las políticas de desarrollo rural a comienzos de los noventa, a la par fue emergiendo un amplio mapa de actores sociales, políticos y económicos, que es necesario tener en consideración para entender cómo se estructuran las relaciones sociales en torno al uso de sus recursos empleados en la promoción del turismo deportivo de naturaleza, cuyas posiciones responden a las estrategias políticas y económicas del desarrollo, así como a los distintos intereses y motivaciones de empresarios, asociaciones, deportistas, población local, etc. en un imbricado nudo de valores tradicionales, modernos y postmodernos, y de lógicas de mercado fordistas y postfordistas.

En este apartado se presenta a vuelapluma una cartografía de actores realizada a partir de los discursos de la *'población local'*, como parte esencial de cualquier práctica de transformación cultural, política y económica, de los territorios rurales; los *'practicantes de los deportes de naturaleza'* (deportistas y/o turistas), por ser éstos los que dan forma más directamente al fenómeno específico objeto de este artículo; y, por último, el *'sector empresarial vinculado a esta actividad'*. Dicho análisis es fruto de una investigación doctoral (Moscoso, 2010)³ que analizó las posiciones de interés y los discursos materiales y simbólicos de esos actores, en torno a esta actividad, en tres zonas seleccionadas en Andalucía, a saber: Sierra Nevada (Granada), Sierra de Segura (Jaén) y Sierrás Subbéticas (Córdoba). Una investigación que ofrecía algunas claves de interés para la adecuada ordenación de esta actividad en el medio rural, teniendo presente las

³ La citada investigación se realizó entre 2004 y 2008, consistiendo la parte empírica —entre otras tareas— en la explotación de bases de datos de acciones implementadas en el marco de la iniciativa comunitaria Leader en Andalucía, facilitada por la Consejería de Agricultura, y un trabajo de campo cualitativo realizado en tres comarcas andaluzas (Sierra Nevada, Sierra de Segura y Sierra de las Subbéticas Cordobesas), en las que se entrevistó a empresarios de turismo activo y hosteleros, deportistas-turistas, población local, profesorado y periodistas locales, entre otros perfiles poblacionales.

distintas necesidades, intereses y percepciones de todos los actores que interactúan en torno al turismo deportivo de naturaleza, sirviendo así para minimizar las tensiones que su oferta generan (ver tabla 1).

En el contexto del citado estudio, se evidencia que entre **la población local** la percepción de los demás actores está teñida de una importante componente material, en coherencia con su visión del territorio y el uso de los recursos. Esto es razonable, si consideramos que las zonas aisladas del medio rural y las ubicadas en las zonas de influencia de los espacios naturales protegidos suelen encontrarse algo más deprimidas que las de los valles o los grandes núcleos urbanos, por lo que la economía (el trabajo, las rentas familiares, la ocupación, el paro...) constituye una preocupación central entre ellas.

Bajo el predominio de esos valores de corte instrumental-material se refieren a los practicantes de los deportes de naturaleza, que son expuestos a un sistema de filtraje en el que no vale cualquier tipo de deportista o turista. El perfil que “interesa” es el que deja dineros en el lugar (el consumidor), o sea, el turista, no el deportista. Por ese motivo, cuando la población local se refiere a los deportes de naturaleza, no lo hacen en referencia a una práctica deportiva sino a una actividad turística, por lo que debe estar “organizada” y “planificada”.

“Yo creo que el turismo que viene no es un turismo tampoco de mucha calidad... Yo creo que no es ese el turismo que le interesa a la Sierra de Segura” (Gerente Cooperativa de Aceite, hombres, 32 años, Sierra de Segura, Jaén)

“pero, por ejemplo, si tú haces un paquete turístico, que lleve estancia en una casa rural, más ruta guiada por yo que sé, ya ahí no va a venir cualquiera, porque lo estás limitando a que te siga, ya va con monitor, ya tiene vigilancia” (Técnico de Conducción de Actividades Físicas Deportivas en la Naturaleza, mujer, 23 años, Sierra de Segura, Jaén)

TABLA 1. Relaciones entre actores en torno a la práctica de los deportes de naturaleza en el marco del desarrollo rural

Actores	Relaciones interactores	
POBLACIÓN LOCAL	Deportistas	Consumidores, clientes, turistas
	Empresarios	Como extraños
	Agencias de Desarrollo	Como un instrumento de apoyo y referente del desarrollo rural
	Parques Naturales	En la mayor parte de los casos, son vistos como un lastre al desarrollo de las comunidades ubicadas en las zonas de influencia
DEPORTISTAS	Población local	En unas ocasiones será vista con indiferencia y en otras con molestia, para la práctica de sus actividades
	Empresarios	Con indiferencia, unas veces, y con molestia, otras
	Agencias de Desarrollo	Con indiferencia, no tienen relación con ellas la mayor parte de las veces
	Parques Naturales	Como enemigo, pues, en la mayor parte de las ocasiones, condiciona la práctica de sus deportes
EMPRESARIOS DE TURISMO ACTIVO	Población local	Con indiferencia o con respeto, en función de sus raíces (empresarios foráneos o locales)
	Deportistas	Como clientes los turistas y con indiferencia los deportistas estrictos
	Agencias de Desarrollo	En la mayoría de las ocasiones, positivamente, pues les ayudan mucho a instalar sus empresas
	Parques Naturales	Como enemigos, pues restringen el desarrollo de su actividad

Fuente: Elaboración propia (2008)

Lo cierto es que esta población mete en el mismo saco a todos los visitantes que llegan a la comarca (turistas, deportistas, ecologistas, etc.). Para ellos, todos son turistas, independientemente de lo que hagan al llegar. El único elemento con el que criban la llegada de estos visitantes es el material: si realizan gastos o no, es decir, si son “consumidores”, a los que se les caracteriza como “turistas de calidad”, o al contrario.

Entre la población local existe una imagen muy ambigua hacia la figura de los espacios naturales protegidos, que son vistos a la vez de una manera positiva y negativa. Son concebidos por la población como un valor añadido para el desarrollo de determinadas actividades en el territorio, por el efecto de atracción que tienen entre turistas y visitantes. Sin embargo, también se perciben como un obstáculo para el modelo de desarrollo que pretenden difundir otro tipo de administraciones (los Ayuntamientos y los propios grupos de desarrollo rural), planteando contradicciones en la aplicación de determinadas actuaciones y el desarrollo de algunas actividades económicas, como el turismo activo.

“El Parque o los dirigentes del Parque se están encargando de frenar cualquier cosa que se pueda hacer aquí [...] están preocupándose del entorno del Parque y olvidándose de la gente que vivimos dentro del Parque. Y mientras no piensen en la gente de estas poblaciones que estamos aquí, iremos todos de culo” (Educador Ambiental, hombre, 51 años, Sierra de Segura, Jaén)

A esta percepción ambigua sobre el quehacer de las administraciones que gestionan los espacios naturales se une una imagen muy deteriorada de los grupos de desarrollo rural, los ayuntamientos y demás organismos encargados de financiar y regular las nuevas actividades económicas en las zonas rurales. A esa imagen contribuyen las dificultades a las que se exponen aquellos que intentan crear empresas relacionadas con el turismo deportivo de naturaleza.

“Conmigo habló el gerente del grupo de desarrollo rural pa convencerme de montar una empresa de turismo activo. Y yo le dije: “¿pa qué?, si en este parque no podemos hacer náa desde que salimos de la última calle del pueblo”. Es una locura: te incentivan para crear empresas y luego el Parque prohíbe desarrollar la actividad a la que se dedica la empresa que ha sio incentiváa” (Técnico de Conducción de Actividades Físicas Deportivas en la Naturaleza, mujer, 23 años, Sierra de Segura, Jaén)

A las dificultades que encuentran algunos residentes locales para emprender, por las normas de conservación y ordenación de los espacios naturales, se suma la concepción de cierto grado de desidia y una dudosa intención de los ayuntamientos y las agencias de desarrollo rural ante la promoción de este tipo de actividades, ya que —según estos— a veces su posición es la del oportunismo político. Así, existe una denuncia recurrente de la solicitud de ayudas para la señalización de senderos y la adecuación de equipamientos deportivos en la naturaleza, si bien, posteriormente, muestran poco interés en dinamizar esos recursos, creando empresas u ofertando actividades.

“Se señaló mucho la Sierra de Segura. Se gastó mucho dinero en señalar senderos... Esta semana he estado en el Borosa y los senderos para subir desde Cazorla o desde Sierra Cuenca, da igual, que debería de ser uno de nuestros insignes en cuanto a infraestructuras, tiene los letreros destrozados [...] te das una vuelta por aquí, por el entorno de Siles, en cualquier PR [Pequeño Recorrido] e, igual, están destrozados” (Profesor de Educación Física, hombre, 33 años, Sierra de Segura, Jaén)

En cuanto a los **deportistas y turistas de naturaleza** constituyen un colectivo heterogéneo, de acuerdo con su desigual estructura de valores y, por ende, su percepción del espacio. El elemento de divergencia que más influye en su relación con los demás actores es la condición de ser deportista en el sentido estricto o, en cambio, ser un turista que durante sus viajes, entre otras cosas, realiza algún deporte. Se trata de un elemento de divergencia porque, pese a que turistas y deportistas comparten el mismo espacio y puede que hasta la misma actividad, en realidad sus intereses y motivaciones, así como sus hábitos y comportamientos, son distintos — aunque esto no queda muy claro del todo ni siquiera entre los propios deportistas.

“Estamos hablando un poco de turismo, que no es lo que hacemos nosotros... *Normalmente son turistas no deportistas los que van allí el fin de semana*” (Funcionario de Hacienda y miembro de club de montaña, hombre, 59 años, Córdoba)

“*Hombre, nosotros somos turistas, aunque las motivaciones sean diferentes*” (Profesor de Educación Física y miembro de club de espeleología, 51 años, Córdoba)

Quizá esas diversas maneras de entender los deportes de naturaleza entre deportistas y turistas es que entre quienes practican realmente “deporte”, éstos persiguen la superación personal, el descanso, el bienestar físico y psíquico o el contacto con la naturaleza, y quienes lo que hacen es “turismo”, además de realizar una actividad de ocio, también desarrollan una práctica de consumo, el consumo de la aventura, junto al gozo estético del paisaje.

Esta diferencia motiva una distinción —en el sentido en que lo hace Maffesoli (1990) cuando habla de comunidades tribales, o Augé (1992) al referirse a la identificación con los destinos turísticos— entre quienes practican estos deportes por razones estrictamente deportivas y los que lo hacen por turismo. Los primeros sancionarán a los turistas de manera despectiva, refiriéndose a éstos como individuos que comparten el mismo espacio, pero que en modo alguno pueden ser tenidos por *deportistas*. Una diferenciación por la que una determinada colectividad de deportistas que comparte unos valores comunes tiende a diferenciarse de los que no comparten esos valores, obteniendo con ello la seguridad ontológica con la que enfrentarse al vértigo social y cultural que produce la modernidad (Feixa, 1995; De Léséleuc, 2004).

“*Te vas al bosque a dar un paseo y no ves a nadie, y luego llegas al pueblo y está plagado. Yo es que creo que hay mucha gente en los campings y demás que ha trasladado la fórmula de disfrute de su tiempo libre de la playa a la montaña, pero manteniendo casi los mismos hábitos de la playa: es decir, apalancarse, estar sin hacer naaa y, llegada la hora de la cerveza, tomarse una cervecita. Que encarta darse un paseito, pues se dan su paseito, pero poco más*” (Profesor de Educación Física y miembro de club de espeleología, 51 años, Córdoba)

Esta actitud que expresan respecto a los turistas difiere de la que manifiestan hacia la población local, que es de relativa indiferencia. Dado que su presencia en las zonas donde practican estos deportes (los espacios naturales) se restringe principalmente a la práctica de su actividad deportiva, en la mayor parte de las ocasiones ni siquiera tiene contacto con esta población, o bien su contacto es muy puntual y artificial, casi siempre determinado por motivos logísticos (alojarse en una casa rural, adquirir alimentos en el supermercado del pueblo o tomarse una cerveza al finalizar la actividad):

“*Evidentemente, te haces una ruta y llegas al pueblo porque hay que cenar o tomar algo. Sí, en el camping compramos algo, pero el camping seguro que es una sociedad anónima que no tiene nada que ver con la gente del pueblo. O sea, que tú te haces tu bocadillo, estás todo el día en el campo, vuelves a dormir al camping, y así estás cuatro días hasta que regresas a*

casa” (Funcionario de Hacienda y miembro de club de montaña, hombre, 59 años, Córdoba)

Pese a ello, los deportistas expresan algunas inquietudes sobre la población local que tienen que ver con el hecho de que, sobre todo en las zonas de más atracción para la práctica de estos deportes y que son un referente para el turismo de nieve y montaña, son vistos entre la población local como una mera fuente económica.

“Quizá en los sitios muy masificados te tratan como a una producción económica, en los pueblos donde más turismo hay” (Funcionario de investigación y miembro de club senderista, hombre, 35 años, Córdoba)

En este sentido, dado que los deportistas no creen desembolsar muchos recursos en estos pueblos durante el desarrollo de sus actividades, en contraposición a lo que sucede entre los turistas, han terminado por situarse en el punto de mira de los empresarios y de la población local, quienes los llegan a ver con desagrado, como una especie de estorbo. Esta situación genera algunas tensiones entre los visitantes (sean deportistas o turistas) y la población local, incluso en lugares donde aquellos constituyen una verdadera fuente económica. Se trata de un rechazo que también está motivado por los problemas derivados de la masificación en estas zonas, que, de alguna forma, contribuye en conjunto a que este tipo de turismo y actividades sean vistos más como un problema que como un “milagro del desarrollo” entre la población rural.

Debería haber desmasificación, es decir, que no sea que todo el mundo de una zona vaya al mismo sitio, que es lo que pasa muchas veces” (Funcionario de investigación y miembro de club senderista, hombre, 35 años, Córdoba)

“Hay pueblos en los que ves que la gente está muy volcá y está muy a gusto con que tú vayas de afuera a conocer su pueblo y a andar por su tierra. Y luego hay otros pueblos en los que no ves ese gesto de la gente, no sé si porque a lo mejor ha habido más avalancha de gente, porque tengan rutas más turísticas, donde te encuentras ya los caminos sucios, ves las señales de senderos que las han quitado, porque no quieren que te metas por allí” (Enfermera y miembro de club senderista, mujer, 36 años, Córdoba)

A colación de lo anterior, entre los deportistas y turistas surge una visión ecológica de estas relaciones, que motiva cierta “conciencia ambiental” en su trato hacia la población local, siendo vista como una parte más del medio que visitan y, por tanto, reivindicando su respeto.

“La gente [de estos lugares] es que tiene su mundo y nosotros, en cierta medida, rompemos con ese mundo” (Profesor de Educación Física y miembro de club de espeleología, 51 años, Córdoba)

“Los senderistas, pienso, deben respetar la naturaleza y las costumbres de estas gentes, porque pienso que va todo en conjunto” (Enfermera y miembro de club senderista, mujer, 36 años, Córdoba)

En este panorama que identifican, los deportistas se refieren a la *sostenibilidad* como la única fórmula capaz de lidiar los intereses económicos derivados del turismo con la conservación de los recursos naturales y culturales (el paisaje, la arquitectura, la naturaleza, las costumbres).

“Hombre, cuando tú te tiras diez, doce, quince, veinte años yendo a un pueblo, vas viendo cómo cambia ese pueblo, sobre todo por el turismo rural. Yo conozco el caso de Potes, Caín y Arroyo Frío, en Cazorla. Yo he conocido Arroyo Frío cuando era cuatro casas. Ahora hay veinte hoteles, diez campings... Esos pueblos han prosperado económicamente, pero los habitantes del pueblo no sé... Ahora, ¿ese es el ideal que tenemos de desarrollo rural?” (Profesor de Educación Física y miembro de club de espeleología, 51 años, Córdoba)

Las críticas contra las administraciones por parte de deportistas y turistas deportivos también tocan a la gestión de los espacios naturales protegidos. En unas ocasiones, critican las contradicciones y la falta de congruencia de las administraciones ambientales, porque restringuen en algunos espacios naturales cualquier tipo de actividad deportiva de naturaleza, y actúan con total permisividad en otros, a veces sin contar siquiera con el apoyo de estudios de impacto que respalden esas decisiones. En otras ocasiones, los critican porque consideran que generan agravios comparativos entre los deportistas y los clubes frente a las empresas de turismo deportivo de naturaleza, al poner más facilidades al alcance de estas empresas para la concesión de los permisos, generándose situaciones de agravio.

Por último, la posición de los **empresarios de turismo activo y de otros sectores complementarios** está en consonancia con su participación en un mercado de servicios. Este hecho influirá en el modo como perciben a los deportistas, en la manera en que se refieren a la población local y en los términos que emplean para caracterizar la relación que mantienen con los actores institucionales. Por tanto, los empresarios desarrollan una actividad económica, y en torno a esta actividad girará toda una serie de inquietudes y preocupaciones que modelan sus discursos sobre el territorio, la economía, la sociedad o la política.

Lo característico de las opiniones y valoraciones que mantienen sobre los demás actores del territorio y sobre ellos mismos es que entra en juego la variable ‘tiempo’. Es decir, los empresarios se refieren a un antes, un ahora y un después, al referirse a la demanda de servicios por parte de los turistas/clientes (consumidores) y, en general, a la situación de la actividad que desarrollan.

Con respecto a los *clientes*, consideran que ha cambiado mucho su perfil: es menos homogéneo que en el pasado, lo que quizá explique que los propios empresarios no se pongan de acuerdo en definirlo (“*Bueno, hay todo tipo de turistas*”; Propietario de Empresa de Turismo Activo, hombre, 53 años, Alpujarras). No obstante, coinciden en que la mayoría de los visitantes que llegan lo hacen para realizar turismo, no deporte (“Lo que más viene solicitando la gente es andar, porque ahora está de moda. *Ahora hay un boom con el senderismo*”; Guía del Parque Nacional de Sierra Nevada, mujer, 44 años, Alpujarras). También coinciden en que el perfil de los turistas deportivos de naturaleza ha cambiado mucho con el tiempo. Según estos, hoy predomina el “turista de masas”, que carece de información, que no está preparado y que realiza fundamentalmente senderismo.

“La verdad es que ha habido un cambio drástico en cuanto a la calidad del cliente que demandaba actividades en esta zona. Hace diez o doce años la gente que venía a visitarnos estaba más informada que nosotros. Te estoy hablando de personal suizo, holandés, francés, alemán, que sabía más del parque de Sierra Nevada, de la historia, la flora, la fauna, que incluso nosotros, los guías. Teníamos que prepararnos e incluso ir con ellos con un montón de libros en su idioma” (Propietario de Empresa de Turismo Activo, hombre, 53 años, Alpujarras)

La situación del turismo deportivo de naturaleza ha sido complicada en los últimos años, según los empresarios, debido a la cada vez mayor competencia en este tipo de actividad por la multitud de lugares de atracción para su realización, que afecta principalmente al descenso en la demanda de turistas en lugares tradicionales, como el Barranco de Poqueira, situado al pie del Mulhacén en la Alpujarra. Algo que era explicado por los empresarios en razón de la pérdida del encanto y exotismo generado por la masificación turística.

“El problema es que la oferta supera a la demanda. Por ejemplo, en Capileira [300 habitantes] hay como veinte establecimientos, unas mil camas, y ahora mismo las rentas están bajando” (Empleada alojamiento rural, mujer, 25 años, Alpujarras).

No obstante, también es achacada dicha competencia a los problemas ambientales del medio, debido a la sobreprotección ambiental y a la especialización económica (basada esencialmente en el turismo), que ha llevado a que los campos dejen de ser cultivados, dando lugar a un deterioro paisajístico y, con ello, perdiendo atractivo el entorno de estos pueblos. Pero también dicen que influye la escasa profesionalidad en el sector, una situación que tiene mucho que ver con las malas condiciones laborales que suelen darse en este tipo de empresas y economías (*“hay mucha economía sumergida”, “hay muchas empresas piratas contra las que no se puede competir en precios”, “de veinte alojamientos rurales, sólo cinco están dados de alta”, “se contrata sólo por temporada, luego te dejan en la calle”, “no se da un servicio de calidad”*).

Por último, los empresarios de este sector dicen enfrentarse a una serie de dificultades que están motivadas por el espacio en que desarrollan sus actividades. La primera de estas dificultades tiene que ver con la relación compleja que mantienen con los actores institucionales. Los ayuntamientos, las agencias de desarrollo, los organismos de protección de espacios naturales, son vistos por estos empresarios de manera ambigua, al igual que ocurre entre la población local y los deportistas y turistas: constituyen un revulsivo para el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales, pero, al mismo tiempo, suponen un lastre, por cuanto acaban suspendiendo o limitando su actividad, cuando no incluso impidiéndola. La explicación que dan estos empresarios a dichas dialécticas estriba, fundamentalmente, en que los organismos ambientales no se comunican con la sociedad y las agencias de desarrollo y los ayuntamientos actúan con un criterio de instrumentalismo y oportunismo político.

A esas dificultades ocasionadas por la nueva ordenación del territorio se suman las dificultades propias de toda empresa, que es su normalización conforme a la ordenación que las regula y la participación en un mercado caracterizado por la competencia y que hoy está especialmente globalizado.

“Nosotros empezamos a registrarnos como entidad de turismo activo con el nuevo Decreto, que ha sido casi un año o dos de papeleo. Conseguimos un seguro de responsabilidad civil que nos cubría este tipo de accidentes, y tampoco ha sido fácil conseguirlo por los requisitos que te piden... Es un proceso muy largo y muy pesado, tanto que casi da ganas de dejarlo, nada más que por los trámites burocráticos. Luego, para cumplir con los requisitos de la Ley de Turismo Activo es muy difícil. Tiene muchos puntos que parecen más una traba para las empresas que un apoyo para desarrollar el turismo activo” (Propietario de empresa de turismo activo, hombre, 37 años, Sierra Subbética).

Respecto a la relación de estos empresarios con la población local, la representación es muy ambigua, según si nos encontramos en una comarca donde se ha dado un buen desarrollo de esta actividad, en cuyo caso parece que existe una mayor armonización entre la población y los empresarios, y en lugares donde no se ha difundido tanto. Con lo cual, en aquellos territorios en los que este mercado está muy desarrollado, se ha logrado un relativo buen entendimiento entre los empresarios y la población local. En cambio, a medida que esta normalización de la actividad turística y recreativa es menor también es menor el entendimiento. En algunos de los lugares en los que se da esta última situación, hay empresarios que denuncian padecer una actitud persecutoria por parte de la población local y de los propios actores institucionales, una situación en la que influye, en algunos casos, su condición foránea; debido a que ven a estos empresarios como competencia frente a las oportunidades de trabajo de los jóvenes locales, que a menudo puede convertirse en una obstaculización al funcionamiento de sus empresas.

V. CONCLUSIONES

Tal como se ha evidenciado en este artículo, el turismo deportivo de naturaleza contribuye al desarrollo de las zonas rurales en una doble orientación: económica y social, si bien en el imaginario colectivo prima la primera. Pero esa contribución, como también se ha mostrado, se encuentra expuesta a un mar revuelto de conflictos, cuando no de contradicciones, por cuanto son muchos los actores que participan de su promoción y disfrute en el medio donde se desarrolla esta actividad. Se trata de un escenario dinámico y conflictual, en el que surgen numerosas posiciones de intereses (simbólicas y materiales), que tratan de crear sus propios escenarios para el desarrollo de esta actividad. En este escenario de contingencia es imprescindible, en beneficio de la sostenibilidad de esta actividad, establecer fórmulas de gestión que tengan en cuenta este carácter complejo del turismo deportivo de naturaleza en el seno de los procesos de transformación rural, este abrumador nudo de concepciones y motivaciones (lúdico, deportivo, comercial...) y, por tanto, de grupos de intereses. En consecuencia, la relación entre deporte y desarrollo rural no puede ser unívoca ni simple. Dependerá de la orientación que le impriman diferentes agentes sociales —ayuntamientos y diputaciones, empresas de turismo activo, grupos de desarrollo rural, usuarios y clientes (deportistas y turistas), etc.— y también de la propia orientación e importancia de los agentes deportivos, quienes a veces cooperarán y otras competirán con otros agentes o entre ellos mismos, por el dominio sobre el uso de los espacios y los recursos para la práctica de los deportes de naturaleza en su versión deportiva o turística.

El análisis de esta realidad ha demostrado que hay que ser prudentes en la consideración del turismo deportivo de naturaleza como factor de desarrollo rural, ya que una excesiva masificación de deportistas y turistas deportivos en determinados espacios de gran sensibilidad ambiental puede provocar una mayor protección pública que incluso impida la realización de esta actividad. Y, a su vez, una excesiva dejadez por parte de los poderes públicos ante este problema puede generar serios impactos ambientales, por ejemplo, la erosión del suelo (debido a la aparición de numerosos senderos), la desnidificación de las aves de especial protección (por la presencia de numerosas personas) o el incremento de basuras y la congestión de vehículos en las pistas forestales y las vías pecuarias, significando todo ello una alteración de los ecosistemas que en el medio natural suelen darse. Por tanto, pese a las múltiples potencialidades que pueden derivarse del turismo deportivo de naturaleza para el desarrollo rural, no ha de pensarse en este segmento como una panacea capaz de resolver los problemas estructurales de estas zonas, sino como una actividad con capacidad de generar una economía complementaria a la del turismo rural, con efectos sociales en la dinamización social de las poblaciones rurales.

Todo ello hace pensar que es necesario seguir investigando en este binomio tan complejo e ignorado. En ese sentido, existen otros muchos temas de interés relacionados con esta cuestión, que no ha lugar de analizar en este trabajo, como la influencia de los medios de comunicación en la difusión de estos deportes, el modo como se integran estas actividades en el marco de los planes de desarrollo territorial, cuestiones relativas a la construcción de infraestructuras y equipamientos para la práctica de los deportes de naturaleza u otras experiencias más prácticas sobre la creación de empresas de turismo deportivo de naturaleza.

VI. BIBLIOGRAFÍA

Augé, Marc (1992). *Los “no lugares”. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona, España: Gedisa.

Comisión Europea (1988). *El futuro del mundo rural, Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento*. Recuperado de: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/48437/Suplemento4-88..pdf?sequence=1>

Consejo Superior de Deportes (2020). *Encuesta de Hábitos Deportivos en España*. Recuperado de: <https://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/deportedata/habitos-deportivos/resultados-habitos-deportivos.html>

De Léséleuc, Eric (2004). *Les « voleurs » de falaise. Un territoire d'escalade entre espace public et espace privé*. Pessac, Francia : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine.

Domingo, Guillermo (19 de diciembre de 2019). El senderismo deja cada año en Aragón casi dos millones de turistas. *Aragón Digital*. Recuperado de: <https://www.aragondigital.es/2019/12/19/el-senderismo-deja-cada-ano-en-aragon-15-millones-de-turistas/>

El senderismo genera 158 millones de euros en Aragón. (19 de enero de 2016). *Hosteltur*. Recuperado de : https://www.hosteltur.com/114629_senderismo-genera-158-m-aragon.html

Empresa de Gestión Medioambiental (2002). *El empleo y las actividades ecoturísticas en Andalucía*. Recuperado de: https://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/web/Bloques_Tematicos/Publicaciones_Divulgacion_Y_Noticias/Documentos_Tecnicos/Empleo_actividades_ecoturísticas/PDFs/indice_empleo.pdf

Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada (2012). *Senderos señalizados y desarrollo rural sostenible*. Recuperado de: http://www.fedme.es/salaprensa/upfiles/608_F_es.pdf

Feix, Carles (1995). La aventura imaginaria. Una visión antropológica de las actividades físicas de aventura en la naturaleza. *Apunts: Educación física y Deportes*, 41: 36-43. Recuperado de: <https://www.revista-apunts.com/es/hemeroteca/?article=814>

González Fernández, Manuel (2002). *Sociología y ruralidades. La construcción social del desarrollo rural en el Valle de Liébana*. Madrid, España: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Instituto de Estudios Sociales Avanzados (2007). *Opinión pública y desarrollo rural. Pre-evaluación final de la Iniciativa Comunitaria Leader Plus*, Informe de Investigación CE-0601. Córdoba, España, Instituto de Estudios Sociales Avanzados, Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

Instituto Nacional de Estadística (2020). *Encuesta de Ocupación de Alojamientos Hoteleros*. Recuperado de: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176963&menu=resultados&idp=1254735576863#!tabs-1254736195427

Luque, Ana María (2002). *Las actividades deportivo-recreativas y el uso turístico del medio natural*. (Tesis Doctoral). Universidad de Málaga. Recuperado de: <http://www.biblioteca.uma.es/bblloc/tesisuma/16276607.pdf>

Maffesoli, Michelle (1990). *El tiempo de las tribus: El declive del individualismo en las sociedades de masas*. Barcelona, España: Icaria.

Ministerio para la Transición Ecológica (2004). *El turismo de naturaleza en España y su plan de impulso*. Madrid, España: Secretaría General de Turismo, Ministerio de Industria,

Turismo y Comercio. Recuperado de:
https://www.miteco.gob.es/es/biodiversidad/temas/conservacion-de-la-biodiversidad/seriemedioambien9_turismodenaturalezaenespana_tcm7-464178_tcm30-481336.pdf

Ministerio para la Transición Ecológica (2020). *Datos de visitantes a los parques nacionales*. Recuperado de: <https://www.miteco.gob.es/es/red-parques-nacionales/la-red/gestion/visitantes.aspx>

Moscoso, David (2003). *La montaña y el hombre en los albores del siglo XXI. Una reflexión sobre la institucionalización del montañismo en España*. Cuarte (Huesca), España: Barrabes.

Moscoso, David (2010). *Deporte, Territorio y Desarrollo Rural en Andalucía*. Madrid, España: Ministerio de Medio Ambiente y del Medio Rural y Marino.

Moscoso, David y Moyano, Eduardo (2006). *Deporte y desarrollo rural*. Málaga, España: Instituto Andaluz del Deporte.

Observatorio Europeo Leader (2001). La valorización del turismo de senderismo en los territorios rurales. Colección de Cuadernos “Innovación en el Medio Rural”, 12. Munich, Alemania: Observatorio Europeo Leader.

Proyectos y Realizaciones Aragonesas de Montaña, Escalada y Senderismo (1998). *Aproximación al estudio de la industria del ocio en Aragón. Informe de Investigación Realizado para el Consejo Económico y Social de Aragón*. Zaragoza, España: PRAMES.

Roberts, Lesley y Hall, Derek (2001). *Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*. Wallingford, Inglaterra: CABI Publishing.