

An aerial photograph of an outdoor basketball court. The court is marked with white and blue lines. Several people are scattered across the court, some appearing to be in motion as if playing. To the left of the court, a group of people is sitting on a bench or on the ground, watching the game. The background shows a paved area and some structures.

CONCEPTOS CLAVES PARA LA **GESTIÓN DEPORTIVA** CON ENFOQUE SOCIAL

Grupo de investigación: Cibercultura y territorio



Sello Editorial
Universidad Nacional
Abierta y a Distancia

CONCEPTOS CLAVE DE LA GESTIÓN DEPORTIVA CON ENFOQUE SOCIAL

Jorge Andrés Jiménez Muñoz
Stefania Betancourt Delgado
Marly Johana Moreno Parra
Wilmer Jessid Pérez Clavijo

Grupo de Investigación: Cibercultura y territorio

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA (UNAD)

Jaime Alberto Leal Afanador

Rector

Constanza Abadía García

Vicerrectora académica y de investigación

Leonardo Yunda Perlaza

Vicerrector de medios y mediaciones pedagógicas

Edgar Guillermo Rodríguez Díaz

Vicerrector de servicios a aspirantes, estudiantes y egresados

Leonardo Evemeleth Sánchez Torres.

Vicerrector de relaciones intersistémicas e internacionales

Julialba Ángel Osorio

Vicerrectora de inclusión social para el desarrollo regional y la proyección comunitaria

Martha Viviana Vargas Galindo

Decana Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades (ECSAH)

Juan Sebastián Chiriví Salomón

Líder Nacional del Sistema de Gestión de la Investigación (SIGI)

Martín Gómez Orduz

Líder Sello Editorial UNAD

CONSEJO EDITORIAL CIENTÍFICO

Ph. D. Karen Lorena Gil Eusse

Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF - Brasil)

Ph. D. Eivar Fernando Vargas Polanía

Universidad de la Amazonia (UNIAMAZONIA - Colombia)

Mg. Kevin Daniel Rozo Rondón

Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD - Colombia)

Ficha Bibliográfica Diligencia por Biblioteca

Conceptos clave para la gestión deportiva con enfoque social

Autores: Jorge Andrés Jiménez Muñoz, Stefania Betancourt Delgado, Marly Johana Moreno Parra, Wilmer Jessid Pérez Clavijo

Grupo de Investigación: Cibercultura y territorio

ISBN:

e-ISBN:

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades - ECSAH

©Editorial

Sello Editorial UNAD

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Calle 14 sur No. 14-23

Bogotá D.C.

Junio de 2025

Corrección de textos: Paula Alexandra Bermúdez

Diagramación: Roberto Carlos López Castro

Edición integral: Hipertexto SAS

Cómo citar este libro: Jiménez Muñoz, J., Betancourt Delgado, S., Moreno Parra, M. y Pérez Clavijo, W. (2025). *Conceptos clave para la gestión deportiva con enfoque social*. Sello Editorial UNAD, **DOI PENDIENTE**

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons - Atribución – No comercial – Sin Derivar 4.0 internacional. https://co.creativecommons.org/?page_id=13.



RESEÑA DEL LIBRO

El libro pretende dar cuenta de una reconstrucción conceptual, fruto de un trabajo investigativo financiado por la UNAD y emprendido por docentes y estudiantes del programa Gestión Deportiva, en el que se buscó realizar un rastreo bibliográfico de artículos en diversas bases de datos, con el objetivo de construir definiciones específicas para un listado de conceptos encontrados en los syllabus de los cursos pertenecientes a la malla curricular. En primera instancia, esta producción intenta construir una base teórica que fortalezca las aún recientes reflexiones epistemológicas en torno a la gestión deportiva, disciplina que ha venido ganando espacio en el vasto campo de las ciencias del deporte. Desde una mirada anclada en las ciencias sociales y humanas, como característica fundamental de dicho programa, se pretendió dar sustento epistémico a una serie de conceptos que constituyen el núcleo de saber para la gestión del deporte social y comunitario. En segunda instancia, la presente obra pretende constituirse en una fuente de consulta para estudiantes, docentes e investigadores interesados en sustentar sus ejercicios de aprendizaje y construcción de conocimiento. Para su elaboración, se realizaron fichajes de artículos científicos, en su mayoría producidos en el continente latinoamericano, los cuales pudiesen contribuir desde diversos enfoques analíticos a la fundamentación epistémica pretendida. En total, se definieron 51 conceptos, dispuestos en la presente obra en un lenguaje accesible para cualquier actor del campo académico.

RESEÑA DE LOS AUTORES

Jorge Andrés Jiménez Muñoz

Licenciado en Educación Física de la Universidad de Cundinamarca. Magíster en Educación de la Pontificia Universidad Javeriana. Magíster en Ciencias de la Motricidad de la Universidad Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho (UNESP, Baurú). Doctor en Desarrollo Humano y Tecnologías de la Universidad Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho (UNESP, Rio Claro). Actualmente es docente de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia UPTC, adscrito a la Escuela de Licenciatura en Educación Física, Recreación y Deporte Facultad Seccional Chiquinquirá. Miembro del grupo de investigación FIMED e investigador junior en Colciencias. Autor de distintas producciones académicas en temas como educación, educación física y políticas públicas en educación y deporte.

Stefania Betancourt Delgado

Licenciada en Educación Física de la Universidad de Cundinamarca. Magíster en Desarrollo Humano y Tecnologías de la Universidad Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho (UNESP, Rio Claro /Brasil). Actualmente es docente de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, adscrita a la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades (ECSAH), al programa Gestión Deportiva y al CEAD, Girardot. Miembro del grupo de investigación Cibercultura y territorio de la ECSAH. Autora de distintas producciones académicas.

cas en temas como educación física, actividad física, bienestar, desarrollo humano y prácticas corporales. Posee gran experiencia en temas de actividad física en personas con alteraciones cognitivas.

Marly Johana Moreno Parra

Licenciada en Educación Básica con énfasis en Educación Física, Recreación y Deportes. Administradora Pública. Magíster en Educación de la Universidad Surcolombiana. Doctora en Ciencias de la Educación de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) de Venezuela. Se ha desempeñado como docente de aula de básica primaria, docente catedrática de diferentes universidades del departamento del Huila (Colombia), así como también en experiencias investigativas, de la administración pública y la educación física. Actualmente se desempeña como docente de tiempo completo del programa de Gestión Deportiva de la Universidad Abierta y a Distancia UNAD y se encuentra adscrita al CCAV, Pitalito.

Wilmer Pérez Clavijo

Estudiante del programa Gestión Deportiva de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Presenta gran espíritu investigador e interés en temas de género y deporte, políticas públicas, deporte adaptado y gestión social del deporte.

CONTENIDO

RESEÑA DEL LIBRO	4
RESEÑA DE LOS AUTORES	5
PRÓLOGO	11
PRESENTACIÓN	13
Aproximaciones a la definición de un campo de la gestión deportiva	14
Proceso metodológico	15
Composición del glosario	16
-A-	19
1. Accesibilidad	19
2. Accesibilidad en instalaciones deportivas	19
3. Antropología del deporte	20
-B-	21
4. Barras populares deportivas	21
5. Barrismo social	22
6. Bienestar	23
7. Bienestar social	24
8. Buen vivir	25
-C-	26
9. Calidad de vida	26
10. Ciudadanía deportiva	27
11. Consumidor deportivo	28
12. Cultura	30

13. <i>Cultura deportiva</i>	30
14. <i>Convivencia deportiva</i>	31

-D- 32

15. <i>Deporte</i>	32
16. <i>Deporte adaptado</i>	33
17. <i>Deporte de calle</i>	35
18. <i>Deporte inclusivo</i>	36
19. <i>Deporte social</i>	37
20. <i>Deporte social comunitario (DSC)</i>	38
21. <i>Desarrollo humano sostenible</i>	39
22. <i>Desarrollo sustentable</i>	40
23. <i>Desigualdad social en el deporte</i>	42

-E- 44

24. <i>Economía deportiva</i>	44
25. <i>Emprendimiento deportivo</i>	45
26. <i>Equidad en el deporte</i>	46
27. <i>Estudios sociales del deporte</i>	46
28. <i>Etnografía del deporte</i>	48

-F- 50

29. <i>Fenómeno social deportivo</i>	51
--------------------------------------	----

-G- 52

30. <i>Género y deporte</i>	52
31. <i>Gestión de proyectos</i>	53
32. <i>Gestión social del deporte</i>	54
33. <i>Gestor deportivo</i>	55
34. <i>Globalización deportiva</i>	56

-H-	59
35. <i>Hipermercantilización del deporte</i>	60
-I-	61
36. <i>Identidad deportiva</i>	61
37. <i>Indicadores sociales del deporte</i>	63
38. <i>Industrias culturales</i>	65
39. <i>Innovación social</i>	67
40. <i>Instrumentalización del deporte</i>	67
-L-	69
41. <i>Liderazgo deportivo</i>	69
-M-	70
42. <i>Marketing en gestión deportiva</i>	70
43. <i>Medios sociales en gestión deportiva</i>	71
-N-	72
44. <i>Neoliberalismo</i>	72
-O-	73
45. <i>Organizaciones deportivas</i>	73
-P-	75
46. <i>Prácticas corporales</i>	75
47. <i>Políticas públicas deportivas</i>	76

-S-	78
48. Seguridad deportiva	78
-T-	79
49. Territorio	79
50. Turismo deportivo	80
-V-	81
51. Violencias en el deporte	81
Referencias	83

PRÓLOGO

El libro *Conceptos clave para la gestión deportiva con enfoque social* es una obra que representa un gran esfuerzo de sus autores para contribuir al fortalecimiento del campo académico de la Gestión Deportiva en el contexto colombiano.

La obra, además de este propósito de carácter académico y epistemológico, tiene una intención más práctica relacionada con la posibilidad de ofrecer un material de apoyo para quienes trabajan en el deporte social desde las comunidades.

Sobre la idea de una construcción de campo académico, es importante destacar la necesidad de identificar su especificidad y, así, reconocer la autonomía que tiene en relación con otros campos. Aunque este no sea el propósito central de la obra, producciones como estas son importantes para ayudar a delimitar los contornos de la gestión deportiva, un área que se ha venido construyendo en el país hace algunos años. En este sentido, el *Glosario* aporta al establecimiento de especificidades y posibilidades para, entre otras cosas, contribuir a fundamentar la práctica profesional de los actores de este campo.

En esta línea de comprensión, el deporte, pensado como objeto de estudio, es bastante diverso y, en este sentido, puede ser tratado desde muchas y diferentes teorías, perspectivas y metodologías. En la presente obra es tratado, en gran medida, desde el conocimiento producido por las ciencias sociales y humanas. Para fundamentar los términos que aquí se conceptualizan, el deporte es entendido como

una de las manifestaciones culturales más importantes de nuestra sociedad y, al problematizarlo desde la perspectiva de la cultura, se le puede atribuir la característica de ser dinámico, lo que ha hecho que la humanidad se movilice constantemente para repensarlo y ubicarlo en diferentes esferas dependiendo de sus significados para determinados contextos y territorios. Desde esta visión, es interesante pensar en la necesidad de acercar la producción académica a la práctica del deporte social y comunitario en Colombia, con espacios que demandan una perspectiva específica para necesidades particulares. El *Glosario* tiene esta especie de didacticismo, al proponer una forma simple y sintética para tematizar conceptos que son importantes para quienes trabajan en función del deporte desde esta especificidad.

Para finalizar, la obra permite reflexionar sobre diferentes temas relacionados con las características del campo de la gestión deportiva y deja una cierta curiosidad por descubrir lo que se construirá en el futuro, reconociendo la calidad y originalidad de esta producción y la disposición, energía y capacidad que demuestran los autores en este trabajo que los acompaña. Cabe destacar, en esta línea de ideas, los esfuerzos teóricos que otros docentes de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) también han venido aportando al debate epistemológico sobre la gestión deportiva.

Doctora Karen Lorena Gil Eusse

Universidade Federal do Vale do São Francisco

Petrolina, Brasil. Agosto de 2024

PRESENTACIÓN

Desde las primeras etapas del ser humano la gestión siempre ha estado presente. El hombre ha realizado labores desde la planificación, organización, distribución y control tanto de su comunidad como de los recursos a su disposición en diversos ámbitos de la vida. En el ámbito deportivo, se recuerda que, en esa misma historia, cuando aparecieron los primeros vestigios de deporte manifestados en forma de rituales, juegos, danzas, dinámicas y expresiones corporales, la organización y distribución en estos espacios fue evolucionando en ambientes sociales, convirtiendo estas expresiones populares en actividades deportivas en las que se competía por el logro y el reconocimiento.

Esta forma de gestionar, organizar y controlar las prácticas deportivas populares ha venido evolucionando en el tiempo y ha tenido un impacto social y económico importante para la sociedad. Según Méndez (2014), a principios del siglo XX, esta acción específica se le comenzó a denominarse ‘gestión deportiva’; como lo destacan Rozo et al. (2022), en la contemporaneidad se ha venido consolidando como un campo de estudios interdisciplinar con enfoques discursivos oriundos de diversas ciencias.

Hoy por hoy, la gestión deportiva ha ganado espacios de consolidación en el horizonte formativo de programas de formación a nivel técnico y universitario, y ha configurado distintos movimientos académicos, tales como la creación de líneas temáticas de investigación y diversos campos de acción profesional que legitiman su accionar en el campo deportivo.

Sin embargo, un campo de formación tan complejo, que se sustenta en diversas disciplinas del conocimiento (Rozo et al., 2022) y que se encuentra en desarrollo epistémico reciente, tanto desde sus procesos de conceptualización como en sus desarrollos investigativos aún incipientes, presenta desafíos para la consolidación del campo de conocimiento. Es por ello que diversas investigaciones (Cardona y Padierna, 2021, Rozo et al., 2022), tanto en Colombia como en Iberoamérica, han venido justificando la necesidad de impulsar estudios que permitan construir un estado de la cuestión en el área, con el fin de suplir la deficiencia epistemológica y conceptual de la gestión del deporte.

Por lo anterior, en el presente estudio decidimos construir un glosario de términos que contribuyera a la estructuración de una serie de conceptos enfocados en suplir el vacío de conocimiento en el campo de la gestión del deporte, y que consideramos vitales para el desarrollo de las comunidades: la perspectiva de desarrollo social anclada en los principios de la gestión social del deporte y el deporte social comunitario (González et al., 2022). En otros estudios (Puttini et al., 2016; Muñoz y Martins, 2020) hemos venido diagnosticando la presencia de una hegemonía de las ciencias biomédicas y de determinadas tecnologías políticas presentes en el campo científico y curricular, que establecen el privilegio de determinados objetos y métodos de estudio provenientes del campo biológico, y que recaen sobre el hecho deportivo y motriz, dejando de lado preocupaciones enfocadas en perspectivas más humanistas y socioculturales. Aunque estos desequilibrios epistémicos se traducen en la totalidad del campo, sostenemos como hipótesis que se configuran en determinado grado y de manera particular, por ejemplo, en la gestión del deporte.

Desde este contexto problemático, sostenemos que estrategias como la elaboración de estos análisis epistemológicos podrían contribuir a situar las principales discusiones del campo de la gestión deportiva, alimentando los procesos de formación y legitimación de prácticas más humanizadoras, desde el punto de vista de los profesionales en formación e investigadores del campo.

Aproximaciones a la definición de un campo de la gestión deportiva

Desde estas complejidades asociadas a establecer los límites epistémicos de la gestión, circunscribimos inicialmente sus fundamentos a subáreas como la administración deportiva y la gestión deportiva. Respecto a la subárea de la administración deportiva, da Cunha Bastos (2003) involucra la aplicación de conceptos y teorías

generales de la administración al deporte y a los diferentes roles que este desempeña en la sociedad moderna. Su propósito va dirigido a gestionar y administrar servicios mediante los objetivos y metas de una organización con fines deportivos para transformarlos en acción organizacional a través de las etapas del proceso administrativo: planeación, organización, designación, dirección y control (Gutiérrez, 1996).

Por su parte, la gestión deportiva es considerada como la aplicación de los principios de gestión a organizaciones deportivas (Rocha y Bastos, 2011). Sin embargo, consideramos que estos dos conceptos se articulan desde la noción de campo, entendido como un campo de estudios interdisciplinar muy amplio, que se sustenta teórica, metodológica y discursivamente en las ciencias económicas, las ciencias sociales, las ciencias del deporte y las ciencias de la educación, y que, además:

[...] contiene la administración deportiva, pero no se agota en ella, es más amplia. Ambas tienen la finalidad de planear, organizar, dirigir y controlar los recursos disponibles para cumplir los objetivos de las organizaciones deportivas, pero la gestión deportiva lo hace de forma más holística al incluir herramientas de la administración, pero también de otras áreas de conocimiento. (Rocha y Bastos, 2011, p. 1015) En este sentido, debido a esta complejidad interdisciplinaria, la gestión deportiva asume un desafío social, en el que la actuación profesional se extiende más allá de la atención al cliente y lo organizacional; es decir, implica gestionar productos y servicios deportivos que aporten al mejoramiento de la calidad de vida de las personas y sus comunidades (Rozo et al., 2022).

Consideramos ahora que la pregunta subsecuente al creciente desarrollo de este universo epistémico está determinada por la necesidad de identificar un corpus conceptual que, tanto para los profesionales en ejercicio como para aquellos en formación, oriente las prácticas propias de la gestión desde una perspectiva social. Articular diferentes categorías que dialoguen con este carácter identitario del campo puede propiciar un escenario de discusión mediado por una visión crítica sobre el deporte y las contemporáneas instrumentalizaciones económicas y políticas que le asignan determinadas funciones en el marco del capitalismo y la sociedad de mercado (Blanco y Forcadell, 2006; Ramírez, 2009).

Proceso metodológico

Se efectuó un análisis curricular del programa de pregrado en Gestión Deportiva de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), analizando 33 syllabus, de

los cuales se seleccionaron los conceptos clave que alimentan los contenidos, metodologías y núcleos problémicos del curso/asignatura con su intención formativa. Estos fueron recopilados por el grupo de investigación en una matriz de análisis, resultando 490 conceptos clave. En este primer momento se identificó que, desde la perspectiva de la gestión deportiva de la UNAD, se aborda hacia el desarrollo social como elemento clave en la planeación, organización, dirección y promoción del deporte. Por lo anterior, la presente obra se estructuró desde esa perspectiva social, reduciendo la muestra a 51 conceptos.

A partir de allí, en un segundo momento, se inicia la revisión sistemática de los estudios publicados alrededor de los conceptos que constituyen el estado de la cuestión de la gestión deportiva en perspectiva social en las siguientes bases de datos: Dialnet, Elsevier Scielo, Redalyc y SCOPUS.

Los criterios de selección fueron:

Filtro 1. Año de publicación: entre 1990 a 2022.

Filtro 2. Título o resumen que contenga las palabras clave: se utilizaron como palabras clave los 51 conceptos del listado que se presenta más adelante.

Filtro 3. Localización de la publicación: Iberoamérica.

Filtro 4. Idioma: documentos en español, portugués o inglés.

Los documentos seleccionados por cada concepto fueron interpretados rigurosamente a partir de una matriz de análisis creada para el estudio. De esta matriz, surgió la interpretación, comprensión y definición de los conceptos.

Composición del glosario

Los conceptos y definiciones compilados en esta obra tipo glosario se presentan como una herramienta guía para los lectores, facilitando así la comprensión y comunicación precisa. Sin embargo, es crucial que los expertos aborden cada concepto en profundidad, considerando su semántica y las teorías relacionadas para un análisis y estudio más detallado.

Los conceptos centrales de la gestión deportiva en clave al desarrollo social se describen a continuación en orden alfabético:

Listado

1. Accesibilidad
2. Accesibilidad en instalaciones deportivas
3. Antropología del deporte
4. Barras populares deportivas
5. Barrismo social
6. Bienestar
7. Bienestar social
8. Buen vivir
9. Calidad de vida
10. Ciudadanía deportiva
11. Consumidor deportivo
12. Cultura
13. Cultura deportiva
14. Convivencia deportiva
15. Deporte
16. Deporte adaptado
17. Deporte de calle
18. Deporte inclusivo
19. Deporte social
20. Deporte social comunitario (DSC)
21. Desarrollo humano sostenible
22. Desarrollo sustentable
23. Desigualdad social en el deporte
24. Economía deportiva
25. Emprendimiento deportivo
26. Equidad en el deporte
27. Estudios sociales del deporte
28. Etnografía del deporte
29. Fenómeno social deportivo
30. Género y deporte
31. Gestión de proyectos
32. Gestión social del deporte
33. Gestor deportivo
34. Globalización deportiva
35. Hipermercantilización del deporte
36. Identidad deportiva

37. Indicadores sociales del deporte
38. Industrias culturales
39. Innovación social
40. Instrumentalización del deporte
41. Liderazgo deportivo
42. *Marketing* en gestión deportiva
43. Medios sociales en gestión deportiva
44. Neoliberalismo
45. Organizaciones deportivas
46. Prácticas corporales
47. Políticas públicas deportivas
48. Seguridad deportiva
49. Territorio
50. Turismo deportivo
51. Violencias en el deporte

A pesar de los avances significativos en la gestión deportiva como campo de estudio, persisten importantes carencias que afectan tanto la teoría como la práctica a nivel local, regional y nacional. Estas deficiencias a menudo se deben a la confusión y al constante debate en torno a los conceptos que funcionan como derroteros dentro del campo. Por lo tanto, la creación de un glosario especializado en gestión deportiva desde una perspectiva social no solo representa una contribución innovadora para el fortalecimiento del área, sino que también facilita la clarificación y estandarización del lenguaje técnico en todos los niveles. Esto, a su vez, fortalecerá la comunicación y la colaboración entre los actores del deporte y mejorará la formación de futuros profesionales, haciendo la atención a las necesidades y demandas territoriales más clara, efectiva y relevante.

Andrea Porras Ramírez

Líder Programa Gestión Deportiva UNAD

-A-

1. Accesibilidad

Característica del entorno (medio físico, tecnológico o comunicacional), de procesos, bienes y servicios que faciliten el acceso, uso y disfrute de forma fácil, segura, eficiente, natural y constante para todas las personas (Ortega et al., 2021; Ortega et al., 2009). Este término ha evolucionado en los últimos años, y la literatura actual suele referirse a él como ‘diseño universal’ o ‘diseño para todos’. (Corporación Ciudad Accesible, 2010).

El concepto de accesibilidad universal o diseño universal en el sector deportivo permite pensar que todos los sujetos, indistintamente de sus capacidades, puedan participar, acceder y disfrutar de contenidos, información, redes y actividades relacionadas con el deporte en igualdad de condiciones, de forma equitativa y justa.

Desde la perspectiva de la gestión deportiva, se reconoce que el deporte promueve la inclusión, la equidad, la integración e interacción social. Por eso, se hace vital evaluar las necesidades de los participantes y garantizarles el acceso a los diversos entornos, lo que supone plantear estructuras organizativas eficientes y con impacto social. Esto permite pensar la accesibilidad en la gestión deportiva como una forma de desarrollo local, como un motor para **el cambio social, con un marcado carácter inclusivo** y accesible, por medio de actividades físico-deportivas competitivas y no competitivas (deporte social comunitario), tanto públicas como privadas, que promueven la calidad de vida de los participantes y la socialización (Gamonaes et al., 2022).

Por ello, según Gamonaes et al. (2022), los gestores deportivos deben tener claros los objetivos de los eventos y las actividades deportivas que se van a desarrollar, así como las necesidades de comunidades diversas, puesto que se destaca que más del 10 % de la población tiene algún tipo de discapacidad. Por tanto, el autor recomienda tener en cuenta las siguientes fases a la hora de desarrollar un evento o actividad deportiva que promueva la accesibilidad: (1) planificación, (2) organización y desarrollo, (3) seguimiento y control, y (4) cierre de los acontecimientos.

2. Accesibilidad en instalaciones deportivas

Característica de los escenarios deportivos que poseen niveles óptimos de percepción y entendimiento para su utilización, con condiciones de seguridad, autonomía

y disfrute para todos sus usuarios en igualdad de condiciones y oportunidades (Ortega et al., 2021; Ortega et al., 2009).

Gamonales et al. (2022) destacan que, al considerar instalaciones adecuadas, se contribuye al desarrollo local, a procesos de socialización y al acceso al deporte de forma inclusiva y justa para todos los grupos de la sociedad. Esto favorece procesos de reducción de enfermedades crónicas, el aumento de la interacción y la mejora de la salud mental de los participantes.

El concepto de accesibilidad en instalaciones deportivas dentro de la gestión deportiva garantiza que los seres humanos, independientemente de su estructura física y capacidades (físicas, intelectuales o sensoriales), puedan participar en igualdad de condiciones en eventos y actividades deportivas. Al eliminar barreras físicas y brindar adaptaciones adecuadas, se fomenta la inclusión y se crea un entorno donde todos pueden disfrutar a su medida y necesidades, beneficiándose de la práctica deportiva. Esto fortalece los lazos sociales, promueve la empatía y contribuye al desarrollo de una comunidad más cohesionada y equitativa, además de promover la convivencia, la calidad de vida, los valores, la inclusión y el desarrollo social.

3. Antropología del deporte

Campo de estudio interdisciplinario (considerado una rama de la antropología) que combina la antropología y las prácticas del deporte para examinar y comprender cómo los seres humanos se relacionan con el deporte y cómo este influye en la cultura, la identidad, las estructuras de poder, entre otros temas sociales, en una sociedad determinada. En otras palabras, es el estudio de las prácticas deportivas desde una perspectiva cultural y social (Curi et al., 2018; Garriga y Levoratti, 2015).

Como pionero latinoamericano en esta construcción, encontramos el trabajo del brasileño Roberto Da Matta en 1979 con el libro *Carnavais, malandros e heróis*, en el que discute la tesis extendida en ese momento histórico del “deporte como opio de los pueblos”. Esta visión era considerada “instrumental-funcionalista” del mundo social, y omitía el rol del deporte en las configuraciones culturales de cualquier sociedad, en especial en la cultura popular: el carnaval y la religión (Alabarces, 2021).

El antropólogo del deporte como sujeto social ubicado al interior de una trama social, analiza las prácticas sociales establecidas en el mundo, interpretando desde una continua vigilancia epistemológica, es decir, de una autorreflexión sobre sus

modos de conocer, para evitar caer en el etnocentrismo. Esto significa evitar una trampa que lleva al investigador a imponer sus propias categorías, creencias y pensamientos sobre esa cultura de la cual él también forma parte.

Desde esta posición epistémica, Garriga y Levoratti (2015) concluyen que la antropología del deporte puede tener al menos tres funciones: (1) una *teórica*, relacionada con la necesidad de crear, desde los propios saberes, conceptos que permitan analizar el mundo social; (2) otra en la *promoción de la tolerancia*, pues al tener en cuenta la alteridad —es decir, la aproximación a formas distintas de organizar la realidad, fuera de toda jerarquía e imposición— se promueve un respeto por la diversidad, y, por último, (3) *pensar políticas públicas*, pues el antropólogo del deporte es un agente social que tiene la misión de transformar el mundo.

Dentro de la gestión deportiva, la antropología del deporte brinda una perspectiva única y enriquecedora, puesto que permite comprender las interacciones sociales y aspectos culturales desde una posición no jerárquica ni impositiva, en temas como la construcción de identidades, estatus, jerarquías, el desarrollo social, el impacto de políticas públicas, la religión, la modernidad, la economía, entre otros temas de interés dentro de las diversas experiencias humanas deportivas. Diversas investigaciones alrededor del deporte se han asociado con la etnografía, la ethnohistoria y la arqueología.

-B-

4. Barras populares deportivas

Manifestaciones de identidad colectiva, comportamiento de grupo, dinámicas de pertenencia social y expresiones de pasión y lealtad hacia un equipo deportivo. Las barras populares pueden analizarse por su influencia en la atmósfera de los eventos deportivos y en la cultura fanática del deporte. Representan una forma de apoyo organizado hacia el equipo de pertenencia.

Las Barras son un escenario particular de encuentros plurales de hinchas fanáticos; en ellas confluyen diferentes etnias, disímiles estratos socioeconómicos, variadas edades, distintos credos y costumbres; también son el lugar en donde se dan procesos identitarios y de reconocimiento a partir

de Celebraciones festivas y carnavales que les sirve como elementos de visibilización ciudadana y social. (Pardey et al., 2001, p. 51)

Las barras populares pueden jugar un papel significativo en el estudio de la influencia sociocultural de los deportes de masas, sus interacciones y comportamientos, puesto que estas organizaciones de aficionados fomentan emociones intensas, como la pasión por el equipo y promueven valores entre sus seguidores. Este panorama, desde la perspectiva de la gestión deportiva, puede ser un punto ancla para identificar áreas de mejora en la organización de eventos y desarrollar estrategias para prevenir conflictos y promover la convivencia pacífica.

Desde la perspectiva de la gestión deportiva, las barras populares pueden ser una valiosa fuente de apoyo, contribuyendo a crear un ambiente positivo, entusiasta y seguro en los eventos deportivos para todos los asistentes. Además, pueden servir como un espacio propicio para el análisis y la estrategia en la gestión de multitudes y la seguridad durante los eventos deportivos.

5. *Barrismo social*

Según el Decreto 1007 (2012), el barrismo social se define como:

(...) acciones encaminadas a redimensionar las formas de expresión y las prácticas de los integrantes de las barras de fútbol que inciden negativamente en los ámbitos individual, comunitario y colectivo, y de potenciar los aspectos positivos que de la esencia del barrismo deben rescatarse. Esta propuesta se fundamenta en procesos formativos tales como el diálogo de saberes, que recogen valores sociales, normas, creencias, ideales y sentimientos, y les permiten a los barristas resignificar realidad que los sumerge en su pasión por el mundo del fútbol, y a asumir así su identidad como sujetos sociales y participativo. (art. 5)

El barrismo social representa dinámicas de acción colectiva, fenómenos y espacios de configuración social desarrollados en ambientes deportivos que movilizan multitudes a su alrededor. Sánchez y Arenas (2022) lo describen como una composición heterogénea de individuos atravesada por coordenadas de clase, raza, género y región, ya que se considera una práctica de relación enmarcada en un proceso organizativo de carácter social que expone expresiones que recrean y agudizan problemáticas existentes en la sociedad, como la violencia, el conflicto armado y el tráfico de drogas, entre otras. “[...] no son violentas por naturaleza sino que ejercen

diversas prácticas violentas que potencian y coinciden con otras violencias ya existentes a nivel micro y macro en la sociedad” (Sánchez y Arenas, 2022, p. 88).

El barrismo se manifiesta en escenarios de expresión y de vínculos emotivos como la pasión, el odio, la vida, la lucha, el negocio y hasta la muerte, relacionados con el fenómeno social deportivo de pertenencia.

El barrismo suele asociarse con comportamientos de enfrentamientos violentos, cargados de agresión o muerte, en los que se traslada la pasión y el sentimiento de pertenencia del campo de juego a las tribunas, y de estas a espacios urbanos. Aun así, la nueva perspectiva social lo considera como una alternativa de cambio que propicia transformaciones de orden social en pro de la ciudadanía, la cultura y el deporte, promoviendo nuevas formas de relación tanto en las dinámicas internas como con la sociedad en general (Londoño y Pinilla, 2017).

Desde el foco de la gestión deportiva, el barrismo social es un escenario de gran impacto en la integración del deporte con la comunidad, al incluir aspectos de la participación ciudadana, la apropiación de escenarios urbanos, la inclusión social, la integración de valores positivos y el interés por el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y sus comunidades. Todo esto gira alrededor del deporte. Es un foco importante de intervención y un gran potencial social para la gestión deportiva y sus profesionales, puesto que, en estas composiciones, se evidencian procesos importantes de autogestión, economía circular, liderazgos colectivos y expresiones sociales de consumo.

6. Bienestar

Se define como la capacidad y posibilidad de los sujetos para llevar una vida en libertad, con buena salud, seguridad personal y ambiental, relaciones sociales y acceso a bienes materiales para una vida digna. Todo eso guarda una estrecha relación y subyace a la libertad para tomar decisiones y actuar.

El bienestar es la situación en la que los individuos se encuentran física, mental y emocionalmente saludables. En el contexto de su participación, este concepto implica no solo la ausencia de enfermedad o lesión, sino también el disfrute, la satisfacción y el desarrollo personal. Así mismo, se define como un acto de cuidado a través del estado positivo de la mente y el cuerpo, en el cual el individuo se siente

seguro y capaz de hacer frente a los desafíos, manteniendo un sentimiento de conexión con las personas, las comunidades y el entorno en general.

Este concepto abarca tanto el bienestar psicológico, relacionado con los estados emocionales positivos y la satisfacción con la vida, como el bienestar físico, vinculado a la salud fisiológica y la calidad de vida. (García, 2002).

El bienestar en la gestión deportiva se entiende como el resultado deseado de las acciones y decisiones tomadas en el contexto de las organizaciones deportivas. Su objetivo no es solo alcanzar metas organizativas, sino también generar un impacto positivo en la calidad de vida de los individuos y las comunidades a través de la promoción de la actividad física, el deporte y sus beneficios para la salud física, mental y social.

La gestión deportiva, al asumir un enfoque interdisciplinario y holístico, se enfrenta al desafío de no solo gestionar eficientemente los recursos disponibles, sino también de emplearlos de manera estratégica para fomentar el bienestar integral. Esto implica considerar no solo aspectos económicos y organizativos, sino también sociales, educativos y de salud pública en la planificación y ejecución de programas deportivos y servicios relacionados.

7. Bienestar social

El bienestar social se refiere al estado general de prosperidad, justicia, igualdad y satisfacción de una sociedad en su conjunto, donde una sociedad funciona adecuadamente cuando sus individuos experimentan un alto nivel de calidad de vida y tienen acceso a recursos, oportunidades y servicios que les permiten desarrollarse y alcanzar su máximo potencial (Verdugo et al., 2013, p. 8).

El bienestar social, en coherencia con la gestión deportiva, se define como un estado de salud física, mental y emocional óptimo, promovido a través de diversas actividades deportivas o lúdicas para aportar al bienestar integral de la sociedad, fomentando valores como la sana competencia, la inclusión, el respeto y el trabajo en equipo. El impacto positivo que genera la actividad física y la recreación se traduce en beneficios para la salud física, mental y emocional en la sociedad, así como en la convivencia pacífica. Además, la participación en programas y proyectos con enfoques colaborativos conduce a una mayor inclusión, interacción y construcción de relaciones significativas.

Esto destaca el importante papel del deporte, no solo como una actividad física, sino como un promotor de una sociedad más fuerte y unida. Serrano (1992) señala que el vínculo entre deporte y el bienestar social, además de favorecer la salud fisiológica, también interviene en el bienestar psicológico individual y grupal. Se resalta la influencia del deporte para fomentar habilidades sociales, así como su importancia en el desarrollo integral del ser humano.

El deporte, considerado una de las mejores estrategias para fortalecer la convivencia ciudadana y la construcción de tejido social, favorece el desarrollo de habilidades para la vida. Es, además, una herramienta eficaz para abordar desafíos sociales, promover la salud y el bienestar social.

8. Buen vivir

Enfoque de desarrollo que va más allá de medidas puramente económicas, donde el ser humano busca bienestar integral, consigo mismo, con su comunidad y con su entorno natural. En otras palabras, es un estado de satisfacción y plenitud en todos los aspectos de la vida cotidiana. Algunos de los principios fundamentales del buen vivir son: respeto y armonía con la naturaleza, equidad, justicia social y de género, participación ciudadana y bienestar común (Gudynas, 2011).

El Buen Vivir o Vivir Bien es un enfoque emergente que surge como una respuesta y alternativa a los paradigmas convencionales de desarrollo. Se caracteriza por ser un concepto en constante evolución, formado por reflexiones que exploran nuevas perspectivas, tanto teóricas como prácticas. Este enfoque busca una revisión profunda de las ideas predominantes sobre el desarrollo, proponiendo una visión más holística e integradora que considera no solo el crecimiento económico, sino también el bienestar social, cultural y ambiental. Dado que no existe una única definición del Buen Vivir, su interpretación y aplicación varía según el contexto social, cultural y ambiental de cada comunidad (Gudynas, 2011).

El Buen Vivir enfatiza la importancia de la armonía con la naturaleza, el respeto a la diversidad cultural, el fortalecimiento de las relaciones comunitarias y la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales. Se promueve como un proceso participativo y democrático, donde se busca la construcción colectiva de un modelo de vida que promueva la realización plena de los individuos y el bienestar colectivo.

Desde la gestión deportiva, el deporte puede ser visto como una herramienta para promover los principios del Buen Vivir, ya que contribuye al bienestar individual y colectivo, fomenta la armonía con la naturaleza, promueve la integración social y contribuye al desarrollo personal y comunitario. En este sentido, la gestión deportiva puede servir como una estrategia efectiva para promover los principios del Buen Vivir, puesto que sus valores y principios fundamentales están estrechamente relacionados. Por ello, se reconoce que desde sus acciones se pueden construir y fortalecer relaciones sociales, forjar lazos comunitarios y contribuir al bienestar colectivo.

-C-

9. Calidad de vida

La calidad de vida se refiere a la medida de bienestar y satisfacción general que experimenta una persona o una comunidad en su vida cotidiana. No existe una definición única de calidad de vida, ya que es un concepto subjetivo y multidimensional que abarca una amplia gama de factores físicos, emocionales, sociales y económicos (Verdugo et al., 2013).

Se entiende como la percepción individual de bienestar físico, psicológico y social en relación con las metas, expectativas y preocupaciones personales. Esto implica la configuración de contextos favorables que fomenten la participación en actividades físicas y deportivas, contribuyendo así a la salud, la integración social y el desarrollo personal, abarcando elementos como la salud, la autonomía y las interacciones sociales. Desde esta óptica, la calidad de vida es el resultado de un enfoque integral que considera tanto los aspectos físicos como los psicológicos y sociales, fomentando así una vida equilibrada y satisfactoria (Dorado, 2008).

La gestión deportiva, al tener en cuenta su complejidad interdisciplinaria y su desafío social, busca no solo el éxito en el ámbito deportivo, sino también generar un impacto positivo en la sociedad a través del deporte, mejorando así la calidad de vida de la población. De esta manera, el deporte se convierte en una herramienta clave para fomentar cambios positivos en la sociedad. Por ello, las organizaciones desempeñan un papel fundamental al ofrecer servicios y programas relacionados con el deporte o las prácticas corporales que no solo mejoran la condición física, sino también el bienestar emocional y social. Además, promueven el fortalecimiento de

valores comunitarios, como el respeto, la solidaridad y la responsabilidad cívica, contribuyendo al desarrollo de una cultura de convivencia pacífica y una ciudadanía más activa e inclusiva. Esto requiere la implementación de estrategias innovadoras que fomenten la interacción social y la integración de diversos grupos, aspectos clave para mejorar la calidad de vida de la sociedad en su conjunto (Dorado, 2008).

La gestión deportiva se centra en ofrecer programas que fomenten una vida saludable, satisfactoria y equilibrada, elevando la calidad de vida de las personas mediante un enfoque integral que trasciende el simple rendimiento físico. Estos programas o prácticas corporales bien gestionadas, no solo promueven la salud física, sino que también facilitan la interacción social y la inclusión de diversos grupos dentro de la sociedad. Dichas interacciones fortalecen el sentido de pertenencia y crean redes de apoyo, elementos esenciales para el bienestar social, la calidad de vida y el desarrollo de una comunidad más cohesionada.

10. Ciudadanía deportiva

La ciudadanía deportiva puede ser entendida como el conjunto de valores, actitudes y acciones aprendidas y ejercidas a través de la práctica deportiva, que contribuyen a la convivencia y a la democracia en las comunidades. También implica el aprovechamiento del deporte para promover la participación y el ejercicio de los derechos ciudadanos (García, 2018).

Para Vieira (2010) la ciudadanía deportiva es solo una forma de ejercer la ciudadanía. A través de una serie de condiciones presentes en el deporte, el individuo es capaz de obtener autonomía en su vida cotidiana, lo que le permite analizar situaciones y tomar decisiones pertinentes para su propia vida y acordes con los valores de una nación democrática.

Para el autor, las condiciones que configuran a un ciudadano deportivo implican:

1. *La aprehensión de condiciones técnicas mínimas* presentes en las prácticas deportivas, que posibiliten la apropiación de la cultura corporal. Allí se incluye el conocimiento de las reglas y de la historia de las modalidades deportivas, lo que incentiva prácticas que garanticen ciudadanos concientizados con el deporte.

2. *La concientización del deporte como profesión*, considerando la posibilidad de gestar un proyecto de vida alrededor de una carrera deportiva. En este sentido, se encuentran los dilemas ligados a la instrumentalización del cuerpo en pro de las marcas y el rendimiento.
3. *El reconocimiento del deporte como derecho social*, es decir, un derecho de acceso universal, garantizado por la ley y la constitución. En este aspecto, la dimensión recreativa, lúdica, la alegría y la espontaneidad cobran especial relevancia, sobre todo porque reivindican a la ciudadanía, especialmente a los menos favorecidos.

Desde este contexto problemático, pensar en clave de ciudadanía deportiva implica asumir las prácticas corporales como procesos de participación democrática e inclusiva. A través de estas, pueden ser promovidos valores como la inclusión, la solidaridad, el respeto y la convivencia en el contexto local. La construcción de ciudadanos deportivos resultaría entonces una tarea fundamental y un desafío a ser problematizado en las políticas públicas del deporte, en especial, en países latinoamericanos como los nuestros, atravesados por profundas crisis que amenazan la vida en comunidad y el respeto por los derechos humanos.

Sin embargo, Vilaça et al. (2014) cuestionan la idea “apologista que promueve al deporte como una panacea” (p. 169), es decir, como una receta para todo y para todos. Desde esta mirada, conviene analizar críticamente cómo el deporte, pensado como un mecanismo de control social y subjetivación de los individuos al servicio del Estado y los grupos de poder, entre ellos, organizaciones gubernamentales como la Unesco, encomienda a las prácticas deportivas, a través de una sofisticada retórica legitimada por los medios de comunicación, la misión de construir ciudadanía. Esta es vista como una estrategia de inclusión y sujeción a las normas establecidas para el apaciguamiento de la violencia, más que como un mecanismo que pueda disminuir las brechas sociales y los problemas estructurales asociados a la pobreza y la desigualdad. Pensar estos problemas en una sociedad democrática requeriría algo más que la implementación de políticas deportivas, un hecho que contribuye a enmascarar la raíz de dicho estado social.

11. Consumidor deportivo

La definición de ‘consumidor deportivo’ depende de la demanda de productos deportivos, la cual se basa principalmente en la ropa y el equipamiento, cuya finali-

dad es tanto la práctica deportiva como el seguimiento de las tendencias de moda, ambos aspectos con mucho peso en la decisión de compra (Belén del Río et al., 2001). Se trata, además, de un sector en el que habitualmente se realiza una fuerte inversión publicitaria y de patrocinio, lo que hace que los consumidores dispongan generalmente de gran cantidad de información sobre las características de las diferentes marcas (Belén del Río et al., 2002).

El consumidor deportivo es entonces la persona que interviene en el mercado deportivo a través del consumo de productos y servicios relacionados con el deporte. Dicho consumo involucra desde la compra de entradas para eventos deportivos y artículos deportivos como ropa, accesorios, insumos deportivos y demás, hasta la suscripción a servicios de transmisión de eventos deportivos. Esto último abarca la participación en actividades deportivas organizadas como ligas, torneos, así como el consumo de contenido mediático relacionado con el deporte, tales como programas de televisión, podcasts y revistas deportivas. “El mercado deportivo da una explicación de lo que es la sociedad de consumo postmoderna, caracterizada por una abundancia de opciones, por la globalización y por la fuerte competencia” (Pérez-González et al., 2018, p. 268).

La teoría de la maximización de Schwartz et al. (2002, citado por Pérez-González et al., 2018) considera que:

A la hora de realizar una compra, la abundancia de opciones puede llegar a convertir la toma de decisiones en algo tedioso, es así como se considera que el mercado deportivo es un perfecto ejemplo para explicar la sociedad postmoderna de consumo masivo (p. 268)

No todo el mundo reacciona igual cuando toma una decisión, puesto que las opciones a las que se enfrentan los consumidores en la sociedad contemporánea son muy diferentes según el mercado (Bauman, 2007). Es así como para el gestor deportivo es fundamental comprender los intereses del consumidor deportivo como actor principal en el mercado, toda vez que la gestión deportiva debe integrar y satisfacer sus necesidades. Así mismo, las preferencias y comportamientos de estos consumidores influyen en la forma en que se gestionan y se comercializan los productos y servicios deportivos. Esta comunicación constante es esencial para el crecimiento y la sostenibilidad del sector deportivo (Sauerbronn y Ayrosa, 2004).

12. Cultura

El concepto de cultura ha sido un conjunto de preocupaciones teóricas y analíticas para disciplinas como la antropología, la sociología, la historia y la crítica literaria, entre otras. Desde las indagaciones de la sociología procesual de Norbert Elías, por ejemplo, en el siglo XVIII se realizaron distinciones entre los términos alemanes *kultur* y *zivilisation*. En aquella época, *kultur* representaba cierto acceso a lenguajes y costumbres exclusivas para las clases altas, por medio de las cuales era posible “civilizarse”, es decir *zivilisation*. Este último, en su acepción negativa, denotaba cierto apaciguamiento de un carácter salvaje, que debía ser “civilizado”. Para Thompson (1993), ya a finales del siglo XIX, filósofos e historiadores alemanes definieron la cultura como “el proceso de desarrollar y ennoblecer las facultades humanas, proceso que se facilita por la asimilación de obras eruditas y artísticas relacionadas con el carácter progresista de la era moderna” (p. 6).

Ya desde distintas aproximaciones antropológicas que emergieron a finales del siglo XIX, la noción de cultura dejó atrás estas concepciones reducidas a los hábitos de las clases sociales altas y de carácter etnocentrista, y se interesó por el desciframiento de las costumbres y prácticas de aquellos grupos y clases considerados como “otros”. Así, desde esta perspectiva, la cultura se entiende como un conjunto de formas de sentir, pensar y actuar que los diferentes grupos sociales comparten. En ella se incluyen todos los ritos, creencias, costumbres, comportamientos y emociones que orientan las acciones de las personas en el mundo social.

Además, la cultura es el sustrato que compone los distintos procesos identitarios y de pertenencia a distintos grupos y colectivos sociales. Es también un proceso inacabado y procesual, pues si bien las personas nacen en una cultura que les precede, en el transcurso de sus trayectorias vitales tienen la oportunidad de transformar distintos significados y constituirse en agentes productores de cultura.

13. Cultura deportiva

La cultura deportiva no se limita al campo específico de la competencia deportiva. En cuanto a comportamientos y actitudes arraigados en estructuras de significado socialmente establecidas alrededor del deporte o práctica de actividad física, lo simbólico desempeña un papel representativo en relación con gustos, comportamientos y valores sociales previamente establecidos por una comunidad, lo que los motiva a cultivarla y cuidarla.

La cultura deportiva implica considerar la dimensión simbólica en la valoración de los principios fundamentales adoptados por una sociedad, es decir, es un proceso social que define las normas y reglas de la actividad física, basándose en los valores sociales y los imaginarios predominantes. Cada sociedad establece normas y características específicas alrededor de la actividad física lúdica, que luego identifican como deporte, siempre dentro de sus propios valores y creencias (Murcia y Lopera, 2016).

Para comprenderla mejor, es importante establecer una definición de cultura. Esta se concibe como un acto de creación del ser humano, un hecho institucional que implica la alteración de lo natural, ya sea para transformarlo o para crear algo radicalmente diferente. Desde la gestión deportiva, la cultura del deporte se considera un aspecto fundamental, toda vez que influye de manera determinante en aspectos como la participación, el rendimiento, la formación de atletas, la organización de eventos deportivos y la infraestructura deportiva, entre otros. Por lo tanto, nace la necesidad de comprenderla y gestionarla adecuadamente, pues esto resulta crucial para el desarrollo y el éxito de las iniciativas deportivas en una comunidad.

14. Convivencia deportiva

Práctica del deporte como forma de interacción social, en la cual se favorecen las posibilidades colectivas, desarrollándose más allá de la adopción y seguimiento de normas o reglas oficiales. Se da a partir de la racionalidad comunicativa en vez de la instrumental y busca establecer consensos a partir de interacciones armoniosas y respetuosas con la comunidad.

El deporte y la convivencia son conceptos plurales, que pueden entenderse desde diversas visiones, lo que hace difícil definirlos de manera única y precisa. En primer lugar, el deporte puede ser visto como una actividad que va más allá de la práctica profesional o competitiva; también puede ser una herramienta para la enseñanza, la salud, la rehabilitación, la recreación y el uso del tiempo libre. En segundo lugar, la convivencia no tiene un único concepto, sino que puede variar según el contexto y los objetivos planteados. La relación entre deporte y convivencia se presenta como una oportunidad para promover valores sociales y personales, a fin de aportar a una sociedad equilibrada y pacífica.

La convivencia deportiva, a partir de la gestión deportiva, se entiende como la promoción de valores y la creación de espacios que favorecen la interacción positiva

entre las personas y grupos que participan. El objetivo no solo se basa en la realización de la práctica física, sino también en su uso como un medio para construir relaciones sociales saludables y fortalecer la cohesión comunitaria (Valdemoros et al., 2008). Entonces, la convivencia deportiva implica promover el respeto, la tolerancia, la solidaridad, la sana competencia y la cooperación entre los participantes, independientemente de sus habilidades o capacidades. Se pretende que el deporte sea un espacio inclusivo, donde se valore la diversidad y se fomente la integración de todos los miembros de la sociedad.

Por otro lado, la convivencia deportiva pacífica implica la creación de normas y reglas que regulen la conducta de los participantes, garantizando un ambiente seguro y respetuoso para todos. La gestión administrativa es imprescindible en la toma de decisiones frente a la organización de eventos deportivos, la formación de entrenadores y líderes deportivos, y la puesta en marcha de proyectos que beneficien la interacción deportiva sana.

-D-

15. Deporte

En su sentido más genérico, el deporte es una práctica motriz sistematizada, estructurada y competitiva que abarca diferentes modalidades de práctica y estructuras organizativas. Así mismo, es un espacio de creación multidisciplinar, donde confluyen aspectos físicos, administrativos, gerenciales, sociales, culturales, de mercadeo y de formación, en procura de ofrecer servicios de calidad en todas las formas de desarrollo del deporte.

En su sentido más social y contemporáneo, el deporte es un “fenómeno social de inconmensurable presencia” (Curi et al., 2018, p. 2) y es entendido como una de las manifestaciones culturales más importantes de nuestra sociedad, pues se considera un universal cultural presente en todas las culturas y sociedades, desempeñando un papel importante en la creación y reconstrucción de relaciones sociales e identidades colectivas y personales (Pérez y Muñoz, 2018).

El deporte también puede tener un efecto organizador en la población, al establecer estructuras que pueden ser aprovechadas por la comunidad para otros usos. Es

por ello que, para autores como Curi et al. (2018), se considera un espacio culturalmente moldeable (institución cero o identidad neutra), capaz de reflejar los valores, las tensiones y las aspiraciones de una nación, dependiendo del significado que se le otorgue en los medios de comunicación y en las interacciones cotidianas, puesto que permite dar respuesta a las necesidades de socialización.

La gestión deportiva interviene en el deporte mediante la planificación, regulación y uso eficiente de recursos humanos, materiales y financieros dentro de las organizaciones deportivas. No se trata solo de obtener rentabilidad económica o intervenir en los procesos de organización y planeación, sino de buscar beneficios más amplios, que incluyen aspectos deportivos, sociales, educativos, medioambientales, políticos y económicos (Sancho, 2013).

Así mismo, esta gestión tiene diversas responsabilidades alrededor del deporte. En primer lugar, la responsabilidad de promoverlo como una herramienta de inclusión social y de fomentar del deporte social comunitario como medio de cohesión social, paz, equidad y reducción de desigualdad social. En segundo lugar, la responsabilidad y participación en el diseño, implementación y seguimiento de políticas públicas que garanticen el acceso equitativo e inclusivo al deporte para toda la población, con el fin de contribuir a un desarrollo social y humano.

El gestor deportivo debe conocer varios componentes esenciales para su labor, como las necesidades deportivas de la población, la legislación vigente, la planificación adecuada, los recursos financieros y humanos, las instalaciones deportivas, los programas de actividad física y los valores éticos. Estos elementos permiten a la gestión deportiva mejorar la eficiencia, el rendimiento y la sostenibilidad del deporte en su conjunto y, de este modo, generar un impacto positivo en sus comunidades y territorios.

16. Deporte adaptado

También conocido como ‘deporte para personas con diversidad funcional’. Se refiere a actividades físicas y deportivas diseñadas o modificadas para permitir la participación de individuos con discapacidades físicas, intelectuales o sensoriales. Estas adaptaciones pueden incluir ajustes en las reglas, el equipo, el entorno o la estructura de juego, con el objetivo de garantizar que las personas con discapacidades tengan igualdad de oportunidades y acceso al deporte (Hernández, 2000).

El deporte adaptado es una modalidad deportiva específicamente dirigida a personas con diversidad funcional, caracterizada por adaptaciones en sus reglas, contextos y métodos de intervención. Sus principales características incluyen la adecuación a la diversidad motriz de los participantes y su adecuación a diferentes etapas evolutivas. Además, cumple funciones esenciales, como la sensibilización de la sociedad respecto a las barreras que enfrentan las personas con diversidad funcional, la promoción de la normalización e inclusión a través del deporte y la implementación de programas individualizados que consideren las características específicas de cada grupo o individuo. El deporte adaptado no solo busca ofrecer una actividad física ajustada a las necesidades de cada persona, sino también generar perspectivas teóricas y prácticas para su aplicación efectiva, contribuyendo así a la integración y desarrollo personal de los participantes (Vázquez, 2000).

El ámbito del deporte ha experimentado cambios progresivos a lo largo del tiempo, desde la popular gimnasia sueca de los años 60, caracterizada por la reproducción de movimientos propuestos por el profesor, hasta un enfoque más individualizado en la actualidad, que busca proporcionar a cada alumno lo que necesita (Sazatornil, 2013). La educación en diversidad se basa en la premisa de que cada persona es única, lo que otorga a cada individuo características y esencias únicas. Este principio es fundamental para la inclusión de personas con diversidad funcional en la educación a través del deporte.

Según Sazatornil (2013), el deporte constituye una herramienta eficaz para superar obstáculos en múltiples ámbitos de intervención, promoviendo de esta manera una integración óptima. Levoratti y Zambaglione (2015) destacan que el deporte social ha redefinido las actividades físicas, deportivas y recreativas, al promover la inclusión de toda la comunidad sin distinción de edad, sexo, diversidad funcional, cultura, etnia o raza. Esto crea espacios propicios para la enseñanza de valores y hábitos aplicables a niños, adultos y ancianos, dentro de un proyecto global de inclusión social.

Sanz y Reina (2013) sostienen que el deporte actúa como una herramienta de inclusión, subrayando la necesidad de que los profesionales de la enseñanza, tanto en ámbitos formales como informales, trabajen en esta dirección para llegar a los sectores más excluidos. Por su parte, Rivera (2020) resalta el valor del deporte como una herramienta informal y atractiva para los jóvenes, con una gran capacidad para enseñar y poner en práctica valores de manera divertida y participativa. Desde la gestión deportiva, estos valores, como la cooperación, el respeto y la honestidad,

no solo se aplican durante la práctica deportiva, sino que también se trasladan a la vida diaria, fortaleciendo la cohesión social de manera duradera.

Desde la óptica de la gestión deportiva en el deporte adaptado, esta implica la planificación y coordinación de eventos y competiciones inclusivas, el fomento de alianzas con organizaciones especializadas en diversidad funcional, la búsqueda de patrocinios y financiamiento específico, así como la evaluación constante de las necesidades y experiencias de los participantes para mejorar continuamente la oferta deportiva adaptada. Por lo anterior, los profesionales del sector pueden desarrollar programas con recursos adecuados para facilitar la práctica del deporte adaptado, además de promover la sensibilización y formación del personal encargado de su organización.

17. Deporte de calle

Práctica deportiva no competitiva y de carácter recreativo que se adapta a las necesidades y cualidades individuales. Se destaca por ser una actividad informal realizada en espacios públicos (Gil, 2021, p. 4).

El deporte de calle se entiende como la práctica de actividades físicas y deportivas en espacios públicos, como parques y polideportivos, que son accesibles para todos y no implican ningún costo. Estas actividades se caracterizan por su informalidad y diversidad, e incluyen deportes tradicionales, como el baloncesto, fútbol y voleibol, así como nuevas tendencias, como el *street workout* o el parkour. Además de fomentar la integración y socialización de las personas, sin importar su edad, género o condición social, también contribuye a un estilo de vida saludable, mejorando la salud y la condición física de las comunidades. Así mismo, promueve el desarrollo de valores como el respeto, la cooperación, tolerancia y la superación personal.

El deporte de calle también se emplea como una herramienta para fomentar la paz y la convivencia comunitaria, promoviendo valores como el respeto, la tolerancia y la cooperación entre los participantes (Gil, 2021). Adicionalmente, tiene un impacto económico, porque genera empleo, contribuye al desarrollo de la economía local y fortalece la promoción de la imagen y los valores de una comunidad. Por lo tanto, el deporte callejero es un fenómeno relevante en el ámbito de la gestión deportiva, ya que impulsa la adaptación e innovación de la oferta deportiva y los modelos de

gestión para responder a las nuevas demandas, así como la promoción, la accesibilidad en espacios públicos con propuestas alternativas.

Desde la visión de la gestión deportiva, el deporte de calle plantea desafíos y oportunidades únicas. Por un lado, puede promover la actividad física y el deporte entre la población, especialmente entre quienes no acceden a instalaciones deportivas formales. Sin embargo, la falta de estructura y supervisión puede derivar en problemas de seguridad y convivencia, lo que requiere una intervención adecuada por parte de las autoridades y organizaciones deportivas. En este sentido, la gestión del deporte en la calle implica encontrar un equilibrio entre fomentar la participación y garantizar la seguridad y el orden en los espacios públicos.

18. Deporte inclusivo

Práctica deportiva que acoge a personas con diversas capacidades y condiciones, incluyendo a quienes tienen diversidad funcional, sin importar su nivel de habilidad, trayectoria deportiva, ni situación social o cultural. A diferencia del deporte adaptado, que se centra específicamente en ajustar las reglas y el entorno para personas con discapacidades, el deporte inclusivo busca crear oportunidades de integración para todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas, cognitivas, funcionales o características sociales y culturales (Hernández, 2000).

El deporte inclusivo promueve la diversidad y la equidad, creando un ambiente en donde las personas se sientan bienvenidas y valoradas. Se trata de un enfoque clave para involucrar la accesibilidad, la participación activa, la educación y sensibilización, y el desarrollo personal y colectivo.

Según la Unicef et al. (2019), el deporte inclusivo se basa principalmente en que los espacios deben adaptarse a las niñas, niños y adolescentes, sin importar sus condiciones físicas, intelectuales, emocionales, lingüísticas, sociales, culturales o de cualquier otra índole. Para garantizar una inclusión eficaz, es imprescindible un compromiso real por parte de los gobiernos. No se trata simplemente crear espacios de participación, sino también de generar políticas públicas que atiendan esta necesidad con compromiso y responsabilidad social. Estas políticas deben garantizar no solo la participación, sino también cumplir el objetivo principal: crear oportunidades de integración y favorecer el desarrollo integral de la comunidad y la sociedad.

Para comprender mejor el concepto de deporte inclusivo y su relación con la gestión deportiva, es razonable definir primero el deporte como una actividad física que puede desarrollarse de manera formal o informal y que promueve el bienestar físico y mental de quienes lo practican. También, se reconoce como un fenómeno social de gran trascendencia. Por otro lado, la inclusión se entiende como la capacidad de crear un ambiente o espacio que atienda a todas las personas sin importar las diferencias, ya sean creencias, capacidades físicas, intelectuales, emocionales, socioeconómicas, etcétera.

En este sentido, el deporte juega un papel determinante en la sociedad, pues fomenta la interacción y la integración de los individuos, además de promover el bienestar físico, mental y emocional. Por ello, a través de la gestión deportiva, se pretende planificar, crear y organizar espacios que garanticen de manera eficaz el acceso equitativo al deporte inclusivo en la comunidad. Esto permite promover espacios donde todas las personas tengan la oportunidad de integrarse y participar activamente en torno al deporte.

19. Deporte social

También conocido como “Deporte para el Desarrollo y la Paz” (DDP). Es una herramienta para promover la inclusión, la igualdad, la pacificación, el bienestar social, la salud, la educación, la organización comunitaria y el desarrollo integral sin discriminación (Añorve y Flores, 2021). Su objetivo principal es fomentar la participación en el deporte para impulsar el desarrollo físico, mental, social y cultural de manera holística, brindando igualdad de oportunidades y libre acceso a todas las personas (Tuñón et al., 2014).

Desde la gestión deportiva, el deporte social es potente, ya que no se enfoca en aspectos competitivos o de rendimiento, sino que promueve la participación deportiva para todos en pro de la calidad de vida, el bienestar, el desarrollo psicofísico, la reducción de desigualdades sociales, la socialización e integración y la salud pública, impactando positivamente a la sociedad y sus comunidades (Tuñón et al., 2014). Por ello, la sociedad necesita formar profesionales con capacidad y responsabilidad social, que reconozcan la realidad y tengan el propósito de extender la práctica social deportiva a toda la población.

20. Deporte social comunitario (DSC)

La práctica de resistencia desafía las lógicas del deporte hegemónico y moderno, cuestionando su enfoque competitivo, excluyente y estandarizado. Propone una alternativa basada en la construcción colectiva, el fortalecimiento comunitario y la autonomía, usando el deporte como herramienta de transformación según las necesidades y contextos de cada territorio. Su funcionamiento es autónomo y autosostenible.

Según el Mindeporte (2021), el DSC se define como “[...] todas aquellas prácticas deportivas y sus diferentes manifestaciones en la comunidad que, desde un enfoque diferencial e incluyente, fortalecen la sana convivencia y los valores, propiciando la transformación social y la paz de la población colombiana [...]” (p. 2). En este sentido, el DSC busca mejorar la calidad de vida de las comunidades de manera inclusiva, participativa y armoniosa. Su objetivo principal es promover la participación de la comunidad, fomentar la convivencia, el desarrollo social y la inclusión, y que las personas desarrollen relaciones comprensivas consigo mismas, con los demás y con su entorno (Duarte, 2011).

Ahora bien, desde la visión de la gestión deportiva, el DSC se concibe como una estrategia para el desarrollo y la integración social de comunidades específicas, articulando esfuerzos institucionales, comunitarios y territoriales para garantizar que las prácticas deportivas respondan a las dinámicas locales y no se reduzcan a intervenciones asistencialistas o de corto plazo. Se entiende así como una estrategia que utiliza el deporte como herramienta para generar capital social en una comunidad. Se centra en resistir y contrarrestar los impactos negativos de fenómenos, como la globalización, crisis socioeconómicas y políticas, que pueden afectar las estructuras sociales y aumentar las desigualdades (Vargas, 2007).

Esta modalidad de deporte busca fortalecer los lazos sociales y promover comportamientos responsables y solidarios entre los individuos y grupos de una comunidad. Siendo el deporte un medio efectivo para mejorar el bienestar de las personas y construir una sociedad más cohesionada, los aspectos clave del DSC son la creación de redes de cooperación y apoyo, la promoción de la participación, la interacción social, el fomento de la solidaridad y el sentido de pertenencia en una comunidad.

21. Desarrollo humano sostenible

Distintas perspectivas y corrientes han planteado variadas teorías del desarrollo que lo vinculan a variables como el crecimiento económico, principalmente después de los periodos que comprendieron las guerras mundiales en el siglo XX y la devastación que trajo consigo estos enfrentamientos bélicos. Esta postura economicista planteó una idea de desarrollo lineal que articuló avances tecnológicos e industriales con un aparente mejoramiento de distintas esferas de la vida social, como la salud, la educación y el bienestar social. Esta tesis fue legitimada innumerables veces a través de distintos indicadores cuantitativos creados desde las ciencias económicas e impulsados por organizaciones multilaterales internacionales, que reducen la mirada de lo que implica el desarrollo humano sujeto a demandas del mercado y el consumo.

Para Aznar y Barrón (2017), estos efectos negativos de una modernidad industrial, economicista y científicista, impulsados por los medios de comunicación de masas, la globalización de los mercados y la industria del consumo masivo, se convirtieron en centros de poder que privilegiaron como objetivo principal el crecimiento económico. Sin embargo, el trabajo propuesto por el Premio Nobel de Economía Amartya Sen y posteriormente adoptado por las Naciones Unidas en la década de los 90, introdujo el concepto de desarrollo humano, orientado hacia la garantía de oportunidades del ser humano y la mejora de sus capacidades y libertades. Este concepto fue justificado, además, por un principio de sostenibilidad que intenta eliminar la contradicción existente entre crecimiento económico, conservación de la naturaleza y satisfacción de las necesidades humanas presentes y futuras. Sin embargo, esto no ha pasado de ser un discurso promulgado en el mundo entero.

Desde esta perspectiva, más holística y menos reduccionista, se propuso buscar otras posibilidades para impulsar el desarrollo humano más allá de indicadores convencionales como el producto interno bruto (PIB) y la renta nacional, a todas luces vinculados a estas miradas economicistas. Desde allí, se propusieron tres indicadores principales que pudieran contemplar otras dimensiones hasta el momento inadvertidas: (1) la esperanza de vida al nacer, (2) la tasa de alfabetización y (3) la renta per cápita, así como otros aspectos menos susceptibles de medir, pero dignos de considerar. Entre ellos se encuentran la libertad política, la participación en la comunidad, la seguridad y los derechos humanos, la igualdad entre hombres y mujeres y la sostenibilidad medioambiental (Aznar y Barrón, 2017).

En distintos informes contruidos por la ONU, como el *Informe Mundial* sobre Desarrollo Humano (1992) y el *Informe Mundial* (1994), se introduce el concepto de desarrollo humano sostenible como:

(...) el desarrollo que no sólo suscita un crecimiento económico, sino que también distribuye equitativamente sus beneficios; que regenera el medio ambiente en lugar de destruirlo; que fomenta la autonomía de las personas en lugar de marginarlas. (PNUD, 1994, pp. 4-5)

Estos debates han suscitado controversias en torno a las necesidades humanas que deben satisfacerse para garantizar el desarrollo humano sostenible. Para los planteamientos clásicos, se advierten unas necesidades esenciales, infinitas y cambiantes en el tiempo y en el espacio. Por otro lado, se encuentran planteamientos emergentes que van en la dirección de las ideas propuestas por Sen, determinando que, más allá de cuestiones mercantilistas y asociadas al libre mercado y la globalización, es necesario enfocar unas necesidades finitas y clasificables que no cambien con el tiempo.

Por el contrario, desde un modelo sinérgico, lo que se transforma son los medios utilizados para la satisfacción de dichas necesidades. Además, la satisfacción de una puede influir en las restantes, teniendo siempre en cuenta los recursos naturales implicados en este proceso (Aznar y Barrón, 2017).

22. Desarrollo sustentable

Se entiende como la capacidad que posee la población para suplir las necesidades básicas de otras personas, sin tener que recurrir a los recursos que nos proporcionan los ecosistemas o el medio ambiente que nos rodea.

El desarrollo sustentable se refiere a la práctica de organizar y administrar eventos y actividades deportivas de manera que se promueva la sostenibilidad ambiental, social y económica. Esto se traduce en la implementación de los principios del desarrollo sostenible en la planificación, ejecución y evaluación de las actividades deportivas, con el objetivo de minimizar el impacto negativo en el medio ambiente, fomentar la equidad social y garantizar la viabilidad económica a largo plazo. Es así como la gestión deportiva desempeña un papel determinante, pues debe considerar las tendencias deportivas ecológicas para promover la sostenibilidad ambiental y social en los eventos deportivos.

La Organización de las Naciones Unidas, ONU (2010) plantea que el deporte tiene un papel crucial en la promoción de la paz, el desarrollo sostenible, la sustentabilidad y la igualdad de género, lo que contribuye significativamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). A través de iniciativas deportivas, se puede fortalecer a las personas, fomentar la inclusión social, promover la salud física y mental y desafiar los estereotipos de género. Se ha demostrado que el deporte se ha utilizado con éxito como herramienta para el desarrollo en diversas comunidades, mostrando su capacidad para unir a las personas, mejorar la autoestima y promover valores fundamentales como el trabajo en equipo y el respeto.

Es así como se destacan los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas como marcos importantes para guiar estas prácticas sustentables. También se resalta la importancia de replantear las dinámicas geopolíticas para lograr un desarrollo sostenible e incorporar tendencias deportivas ecológicas que los gestores deportivos en América Latina podrían impulsar. Desde esta perspectiva, se busca que las actividades deportivas no solo beneficien a los participantes y espectadores, sino también a la naturaleza y a la sociedad en su conjunto. Esto se logra mediante la adopción de prácticas sostenibles en la gestión de recursos naturales, la promoción de la inclusión y la diversidad en el deporte, y la gestión financiera responsable de los eventos deportivos.

Una lectura del desarrollo sustentable, alejada de visiones reduccionistas y en clave de nuestro continente, la encontramos en dos intelectuales chilenos: el economista Manfred Max-Neef y el sociólogo Antonio Elizalde. Desde una perspectiva denominada “desarrollo a escala humana”, estos autores sostienen que las necesidades no solo son carencias, sino también, y simultáneamente, potencialidades humanas individuales y colectivas que van más allá de la racionalidad económica, de elecciones personales y preferencias afines al libre mercado. De esta manera, el desarrollo a escala humana representa

(...) repensar el contexto social de las necesidades humanas de una manera radicalmente distinta de cómo ha sido habitualmente pensado por planificadores sociales y por diseñadores de políticas de desarrollo. Ya no se trata de relacionar necesidades solamente con bienes y servicios que presuntamente las satisfacen, sino de relacionarlas además con prácticas sociales, formas de organización, modelos políticos y valores que repercuten sobre las formas en que se expresan las necesidades. (Max-Neef, 2009, p. 23)

Además, estos autores diferencian las necesidades de lo que ellos denominan ‘satisfactores’ de dichas necesidades, los cuales representan formas de ser, tener, hacer y estar, de carácter individual y colectivo, que conducen a la actualización de las necesidades. A su vez, estos satisfactores requieren bienes, que son objetos y artefactos que afectan la eficiencia de un satisfactor, ya sea en sentido positivo o negativo. Estas tres dimensiones se afectan dinámicamente y recíprocamente. Por ejemplo, la necesidad de entendimiento comprende satisfactores como investigar, estudiar, experimentar, educar, analizar, meditar e interpretar. Estos, a su vez, dan origen a bienes económicos, según la cultura y los recursos allí predominantes en un determinado contexto, tales como libros, instrumentos de laboratorio, herramientas, computadoras y otros artefactos. La función de estos bienes en su relación con los satisfactores es potenciar el hacer del entendimiento (Max-Neef, 2009).

23. Desigualdad social en el deporte

Se refiere a las diferencias entre grupos sociales en cuanto a acceso, participación, recursos y oportunidades en el ámbito deportivo. Estas desigualdades pueden estar relacionadas con factores económicos, culturales, geográficos y de género, entre otros.

Según diversos informes, la desigualdad es omnipresente y el deporte no es una excepción. Por ejemplo, en el caso de las mujeres, los organismos internacionales alertan que su situación en relación con la pobreza y la educación es más compleja que la de los varones (Unesco, 2018, p. 1). En la actividad física y deportiva, las mujeres siguen siendo las grandes excluidas, según todos los informes internacionales (UNWomen, 2022).

En la actividad física y el deporte también se evidencian desigualdades, al igual que en importantes sectores de la economía. En Colombia, el deporte es considerado un derecho social y un medio importante para promover la salud, el desarrollo y valores como la paz y la inclusión. Sin embargo, las personas que provienen de sectores vulnerables tienen un acceso limitado a escenarios y espacios. En algunos casos puntuales, también existe una gran diferencia entre los salarios que devengan una mujer y un hombre en el campo del fútbol.

Un estudio realizado por la Universidad de Alicante (España) en 2021 analizó cómo las mujeres son relegadas de los cargos directivos, los espacios de toma de decisiones y los cuerpos técnicos en el deporte, lo que resulta en su falta de visibilidad, lo cual se traduce en una forma de desigualdad social. El estudio señala que la brecha

de género en el deporte no se está cerrando, lo que perpetúa espacios deportivos masculinizados y limita la participación y contribución de las mujeres en este campo, y más aún de aquellas con identidades diversas (Manchado, 2021).

Sin embargo, no se debe desconocer que históricamente se han realizado esfuerzos para disminuir tales desigualdades y que, para muchos grupos sociales, el deporte se considera una actividad que puede trascender barreras y promover la salud física y mental. A pesar de ello, la participación equitativa entre hombres y mujeres no se ha logrado en la práctica. Si bien el deporte puede influir positivamente en la equidad de género y en el desarrollo de habilidades y confianza en las mujeres, todavía existen diferencias significativas en áreas como la representación en los Juegos Olímpicos, la participación en roles directivos y las oportunidades para los deportistas de alto nivel. Las desigualdades sociales siguen presentes, y aunque se han logrado avances en la participación de las mujeres en el deporte, siguen existiendo barreras y estereotipos que limitan su acceso y participación plena en todos los niveles; especialmente, en roles técnicos y directivos, las mujeres enfrentan mayores exigencias para demostrar sus capacidades y habilidades en el deporte, y la identidad masculina continúa dominando en este ámbito (Manchado, 2021).

No es desconocido que la desigualdad social se manifiesta no solo en las diferencias de género, sino también en la falta de acceso equitativo a instalaciones deportivas, programas de entrenamiento, recursos y oportunidades para participar. Esta desigualdad se refleja en la distribución desigual de recursos financieros y en la representación desproporcionada de ciertos grupos en roles de liderazgo y toma de decisiones.

Por ello, la gestión deportiva debe abordar activamente estas desigualdades mediante políticas y programas que promuevan la equidad, la inclusión y la diversidad. Esto implica iniciativas para aumentar el acceso de grupos marginados, eliminar barreras económicas y sociales, fomentar la representación diversa en todos los niveles del deporte y promover una cultura inclusiva y respetuosa.

La iniciativa de crear un glosario de términos sobre gestión deportiva en clave de la gestión social y el deporte social comunitario es un esfuerzo valioso y necesario para fortalecer el campo académico y práctico de la gestión deportiva en Latinoamérica. Este tipo de recursos de consulta y referencia son fundamentales para unificar el lenguaje y los conceptos centrales de la disciplina, facilitando la comunicación entre estudiantes, docentes e investigadores. Más allá de su utilidad práctica, la elaboración de este glosario refleja el compromiso de la

comunidad académica y en especial este grupo de investigadores Unadistas por construir conocimiento situado y relevante para el contexto latinoamericano. Al recoger los principales términos presentes en los planos de estudio de los programas de formación profesional en gestión deportiva, este producto editorial se convierte en un valioso material de apoyo para quienes buscan desarrollar prácticas de gestión social del deporte, alineadas con las realidades y necesidades de nuestras comunidades. Celebro esta iniciativa y espero que este glosario se convierta en una referencia obligada para estudiantes, docentes e investigadores en el campo.

Luis Ernesto Ramírez Guerrero

Director CCAV Pitalito

-E-

24. Economía deportiva

Según Rodríguez (2012), es la rama de la ciencia que estudia cómo se administran los recursos en torno al deporte. Se trata de una serie de estrategias económicas que buscan optimizar el uso y la gestión de los recursos para que satisfagan las necesidades de los organismos del sector y los consumidores finales. Abarca el análisis del consumo deportivo, el ahorro, las políticas gubernamentales, el comercio internacional y el crecimiento económico vinculado al deporte.

La economía deportiva se define como una disciplina que estudia los aspectos económicos relacionados con el deporte, tanto a nivel profesional como amateur (Rodríguez, 2012). Desde esta óptica, se analizan los mercados, la producción, la distribución y el consumo en el contexto deportivo, con el objetivo de entender cómo se generan ingresos, por qué los equipos se ubican en ciertas ciudades y por qué los espectadores participan en los eventos deportivos, ya sea de forma presencial o a través de medios de comunicación.

Para Neale (1964), la economía deportiva se considera una economía “peculiar” porque difiere de la economía de los mercados competitivos estándar. En el ámbito empresarial, la situación ideal es un monopolio para evitar la persecución an-

timonopolio, mientras que en el deporte profesional la competencia es necesaria para generar beneficios. Esto se ilustra con la paradoja de Louis-Schmelling, que muestra cómo un campeón mundial de peso pesado necesita rivales fuertes para maximizar sus ganancias.

Desde la visión de la gestión deportiva, la economía deportiva se enfoca principalmente en entender los intercambios que ocurren en el mercado deportivo, donde los deportistas, entrenadores, instalaciones deportivas y otros elementos se combinan para producir un producto deportivo que se vende a los consumidores, como los espectadores. Esto implica que el deporte, especialmente el profesional, puede considerarse un proceso económico en el que se generan bienes y servicios con valor económico, y que se intercambian en el mercado.

Desde el punto de vista social, la gestión deportiva es responsable de diseñar y organizar programas que no solo optimicen el rendimiento de los deportistas o la rentabilidad de las instalaciones, sino que también promuevan la participación inclusiva, el bienestar social y la cohesión comunitaria. Estos objetivos requieren una administración eficaz de los recursos económicos disponibles para garantizar el acceso al deporte a personas de todas las edades, géneros y condiciones sociales. Aquí es donde la economía deportiva entra en juego, al analizar cómo se distribuyen y generan los recursos dentro del sistema deportivo, apuntando a aspectos de accesibilidad y equidad, comunidad, deporte como derecho fundamental y desarrollo sostenible.

25. Emprendimiento deportivo

Se define como una iniciativa, proyecto o negocio que no solo busca obtener rentabilidad económica, sino que también se enfoca en satisfacer las necesidades a través de servicios o productos atractivos y novedosos en el mundo deportivo (González-Serrano et al., 2014).

El emprendimiento deportivo se entiende como una manera de actuar centrada en las oportunidades que brinda un contexto para la ejecución de actividades físicas, deportivas y recreativas, así como juegos, planteados con la visión de satisfacer necesidades y contribuir al desarrollo de una sociedad. Por lo tanto, su desarrollo se da en el campo de las manifestaciones corporales, motrices y sociales. Es importante destacar que existen múltiples invenciones de juegos, deportes, danzas y otras modalidades de expresión motriz propias para cada cultura, en cada sociedad y distintos momentos históricos (MEN, 2011).

El emprendimiento deportivo se centra en la creación, desarrollo y aprovechamiento de oportunidades que brinda el contexto. Para ello, necesita relacionarse con la gestión deportiva, ya que esta es la encargada de proporcionar herramientas y estrategias de administración, planificación, organización y dirección para la ejecución eficiente del emprendimiento.

26. Equidad en el deporte

Busca garantizar la igualdad de oportunidades y condiciones para la práctica y participación deportiva de todas las personas. Según Sanz (2017), promueve un enfoque inclusivo y se rige por transformaciones políticas, educativas, sociales y culturales, con el objetivo de que todas las personas tengan acceso en las mismas condiciones al deporte y sus manifestaciones, permitiéndoles alcanzar su máximo potencial.

La equidad deportiva se analiza desde enfoques multidimensionales, en los que se estudian desigualdades estructurales, culturales y sociales en temas deportivos y de género. Este concepto desafía y transforma las normas androcéntricas (visión del mundo que sitúa al hombre como centro) y exalta el papel del deporte como medio de desarrollo personal, deportivo, de bienestar y de transformación social para las personas en general (Ramírez et al., 2002). Además, reconoce el contexto histórico y la realidad en la que los distintos géneros se han afectado y enfrentado en la práctica desproporcional y poco igualitaria en los contextos deportivos, los cuales han sido crónicamente estereotipados (Sanz, 2017).

Desde la perspectiva de la gestión deportiva, desarrollar el concepto de equidad deportiva es una herramienta clave para la transformación social. En los distintos escenarios de vida (formativos, sociales, culturales, administrativos), se debe luchar por este ideal de equidad e igualdad dado que desde aquí se pueden generar procesos de reconocimiento de atributos, habilidades y destrezas de los géneros, promover el respeto mutuo, valorar la tolerancia, la cooperación y el trabajo en equipo, fomentar juegos justos y honrados, impulsar lenguajes inclusivos y deconstruir estereotipos que perpetúan la desigualdad, garantizando una igualdad real en el acceso y el desarrollo en el ámbito deportivo.

27. Estudios sociales del deporte

Actualmente, los estudios socioculturales del deporte en Latinoamérica se conciben como un campo consolidado de conocimiento. Desde los primeros trabajos de

los sociólogos europeos Norbert Elías, con su concepto de “configuración deportiva”, y Pierre Bourdieu, con su propuesta de “campo deportivo”, se analizaron tanto los procesos históricos de estandarización de algunas prácticas como los procesos de dominación y distinción social asociados a las clases sociales. Sin embargo, la idea de un deporte supeditado a reglas y normas dejaba de lado otras prácticas alternativas.

De esta manera, emergieron desde el campo de la sociología y, en especial, de la antropología, las propuestas de Roberto DaMatta, Simoni Guedes y Ricardo Benzaquen en Brasil, y Eduardo Archeti y Pablo Alabarces en Argentina. Así, a partir de distintos enfoques y métodos, consolidaron una tradición investigativa que llevó al análisis de distintos problemas y categorías que vinculaban la relación deporte-sociedad, tales como:

- “Identidad”, desde la construcción de lugares sociales de identificación y arraigo,.
- “Ritual”, en la medida en que en el deporte se tejen distintas manifestaciones y experiencias, como el aguante de las *torcidas* (hinchas) y la carnavalización,
- “Institución cero”, pues las prácticas deportivas pueden constituirse en instituciones neutras dentro del espectro ideológico de una sociedad determinada.
- “Violencias”, que vinculan todas aquellas características sociales y lazos que vinculan escenarios hostiles, represiones e imposiciones arbitrarias en el deporte (Curi et al., 2018).

En cuanto a la demarcación de las temáticas y preguntas de investigación que los estudios socioculturales del deporte han producido como campo de conocimiento, Quitián (2013) sugiere qué:

¿A qué atiende esa reflexión? A la pertinencia o no de algunos nuevos temas y a las preguntas que ellos se formulan ¿Puede la civilización entenderse como un proceso de fair play deportivo? ¿El origen del Estado está en el deporte? ¿Las identidades se consolidan a partir de prácticas corporales como la danza y el deporte? ¿La patria puede descodificarse —y resignificarse— a través del fútbol? ¿Es posible explicar la nación como un constructo apalancado por el proceso de afiliación a la Selección Nacional?... son apenas unos ejemplos de los trabajos más significativos desarrollados, principalmente en los últimos veinte años. (p. 31)

En Colombia, encontramos los trabajos pioneros de la antropóloga Zandra Pedraza, quien apuntó a la comprensión de variados procesos socioculturales e históricos del país en el siglo XX, incluyendo temas poco reconocidos en el ámbito académico, como el deporte. Así mismo, destaca el sociólogo Alberto Mayor, quien, aunado al trabajo de Pedraza, asume al deporte como mecanismo de control y adiestramiento corporal de la emergente clase obrera del Valle del Cauca y Antioquia (Quitíán, 2013).

En la actualidad, se reconocen las obras de Quitíán (2013), quien reconstruye el papel que jugaron grandes eventos deportivos, como el Torneo Profesional de Fútbol, fundado en 1948, y la Vuelta a Colombia en Bicicleta, en 1951, en el marco del proyecto de modernización del país. Roza (2014) problematizó el papel de los medios de comunicación en la recreación de diversas identidades al interior de un evento deportivo. Finalmente, las aproximaciones historiográficas de Ruiz (2017) esclarecen el papel de la investigación histórica para el deporte.

En la actualidad, nuevas discusiones teóricas, metodológicas, ontológicas y políticas han generado un diálogo con diferentes preguntas contemporáneas que el campo de las ciencias sociales propone para problematizar la contemporaneidad y la modernidad. Dentro de estas, las discusiones de género, la teoría queer, las perspectivas anticapacitistas, los nuevos feminismos, la inflexión decolonial, el giro ontológico, los estudios sobre el poder y las teorías posthumanas forman parte de la agenda epistémica que genera distintos correlatos en el deporte.

Para la gestión deportiva, los estudios socioculturales juegan un papel preponderante. Por un lado, contribuyen a su definición epistemológica, al permitirle interrogar, desde variadas tradiciones de conocimiento y de manera crítica, la realidad, asumiendo de un modo particular las prácticas y consumos deportivos. Por otro lado, aporta herramientas analíticas y propuestas metodológicas sobre un tema relevante para el actual momento histórico de la sociedad colombiana, en su tránsito hacia la búsqueda de la paz y una solución negociada al conflicto armado.

28. Etnografía del deporte

La etnografía es una metodología de investigación social proveniente de la antropología. En ella, el etnógrafo intenta realizar una descripción y reflexión amplia de una determinada realidad sociocultural, desde su papel como científico que observa y aprende de otros. Dicho aprendizaje se guía por el compromiso de no imponer cate-

gorías ni conceptos sobre el hecho en particular. Por el contrario, busca entender lo que una comunidad, un grupo de individuos o, en últimas, una sociedad tiene para expresar, de acuerdo con cómo describen lo que hacen y las razones detrás de sus comportamientos y formas de ver el mundo. Este enfoque constituye el objeto de estudio del etnógrafo.

Para Garriga y Levoratti (2017), la etnografía aplicada en el campo del deporte requiere una serie de posturas y actitudes frente a los otros: primero, una suerte de relativismo, que reconoce que los grupos sociales, sin distinción, elaboran valores y representaciones culturales sobre sus prácticas en la cotidianidad; por esta razón, no pueden ser considerados como inferiores en comparación con otras culturas. Segundo, una apertura a la alteridad, que, aunado al relativismo, permite un ejercicio de distanciamiento, hecho que facilita conocer el punto de vista de los nativos. Esto implica dejar a un lado los posibles prejuicios, creencias, conceptos o categorías que puedan contaminar una observación abierta al aprendizaje, evitando suposiciones previas sobre hechos aparentemente obvios. Por ejemplo, asumir que los golfistas practica el deporte únicamente por intereses mercantiles, que los jugadores de rugby buscan jerarquizarse siguiendo estrategias de distinción de las clases dominantes, o que una barra brava de un equipo de fútbol se organiza exclusivamente para demostrar una actitud de rebeldía.

En otras palabras, los antropólogos del deporte analizan una determinada problemática que los interpela. Por ejemplo, estudian el fútbol para saber cómo se construyen ideas de nación y de país, o analizan la natación para entender su relación con la profesionalidad y el género.

Un ejemplo interesante de etnografía en el deporte lo realiza Hijós (2021). En su calidad de corredora de la disciplina running, buscó durante dos años reflexionar sobre las actividades realizadas con corredores aficionados en el marco de promoción de una marca deportiva. A medida que avanzaba su investigación, ella, al ser elegida por dicha marca con el objetivo de promocionar e impulsar campañas publicitarias, fue involucrándose poco a poco en la red de relaciones constituida por los embates de una campaña publicitaria y los anhelos, prácticas y reflexiones de los corredores aficionados. Al referirse a la técnica de observación participante utilizada durante el proceso de etnografía, concluye que:

(...) involucrarnos e investigar son parte de un mismo proceso. Nuestra presencia en el campo no es neutral, el trabajo de campo y los vínculos con nuestros interlocutores nos atraviesan, nos interpelan, nos afectan, nos transforman.

Más aún si decidimos hacer lo que los otros hacen para comprender por qué piensan y hacen lo que hacen, alentando una total inmersión de quien investigue, “haciendo carne” y utilizando nuestro propio cuerpo como un instrumento para el conocimiento, nuestra principal herramienta de trabajo. El hecho de poder “poner el cuerpo” en la investigación, “metiendo los pies en el barro”, está condicionado por las adscripciones de género, edad y clase social de quienes investiguen. Es decir, quiénes somos y cómo nos ven los otros en el campo no solo tiene derivaciones en el acceso a la información, sino que —y en mi caso particular— también crea efectos durante el proceso de investigación mismo. (Hijós, 2021, p. 23)

Es así que, durante el texto, la investigadora revela cómo se deparó constantemente a dilemas frente a su papel como etnógrafa, la confianza que iba tejiendo poco a poco con los practicantes, la relación explícita con la marca y su posicionamiento político y ético frente a un ambiente de marketing que se apropiaba de luchas de género. A su modo de ver, en estas luchas se reforzaban miradas androcéntricas que privilegiaban el esfuerzo individual y promovían una idea individualista y mercantil del empoderamiento femenino. Además de esto, cuestionó el impacto que tenían las publicaciones que iba consolidando en el transcurso de la investigación.

En el contexto de territorio para la UNAD, los conceptos se constituyen en una herramienta que en el sentido social apropia de manera tácita la concepción de los profesionales en la aplicabilidad de su programa profesional, en el entendido que este programa busca dar cobertura a un componente disciplinar deportivo, pero también permea lo administrativo y de gestión que concierne a los diferentes campos de acción del profesional en formación. Por otro lado, y no menos importante, el desempeño de los profesionales en la región amerita una contextualización que aplicada permita adentrarse en las necesidades de las diferentes disciplinas deportivas y los requerimientos que la población tiene al respecto lo que permite proporcionar soluciones ajustadas al territorio.

Juan Carlos Cuadros Gómez

Director CEAD Girardot

-F-

29. Fenómeno social deportivo

Actualmente, el deporte ha incrementado el número de personas que se dedican a su práctica. Esto se debe a la percepción del deporte como una actividad saludable en las sociedades modernas, lo que ha permitido construir una cultura de la actividad física (Britapaz y Del Valle, 2015), motivando a la población a participar cada vez más en diversas actividades físicas promocionadas por los distintos medios de comunicación e incentivadas por los gobiernos locales. Entre ellas se encuentran caminatas, carreras de media maratón, escaladas, bailoterapias, ciclorutas y el Día sin Carro, entre otras.

El deporte moderno se desarrolló a finales del siglo XVIII y principios del siglo XIX, a partir de los movimientos del industrialismo inglés. Su impacto en los estilos de vida y la variedad de actividades deportivas practicadas le otorgan un carácter multifacético que tiene un gran impacto en la sociedad.

Desde su inicio, el deporte ha tenido que adaptarse a la constante evolución de las sociedades modernas, lo que ha hecho que su naturaleza dinámica sea un obstáculo para establecer una definición que unifique la diversidad de actividades físicas que lo caracterizan (Britapaz y Del Valle, 2015). En el siglo XXI, el deporte se considera un fenómeno sociocultural y educativo debido a su influencia en los estilos de vida, la calidad de vida de las personas, la organización social de una nación y la cantidad y variedad de actividades deportivas practicadas. Es una parte importante de la cultura y de la sociedad, con un impacto amplio y, en ocasiones, significativo en la vida de las personas y los grupos sociales (McPherson et al., 1989). Debido a esto, el deporte se ha convertido en uno de los eventos más populares, ya que representa ciertos principios sociales.

En la narración deportiva, se encuentran algunas de las expresiones más populares de las historias modernas sobre la bondad y la maldad, el éxito y el fracaso, la suerte y la desgracia, la victoria y la derrota, así como lo propio y lo ajeno, construyendo una identidad colectiva (Moragas, 1994). En este sentido, el deporte se manifiesta como un fenómeno social, toda vez que responde a una realidad histórica y cultural de una sociedad; forma parte de las relaciones de producción capitalistas industriales y posee una profunda naturaleza clasista, como todo hecho social.

El deporte también tiene una naturaleza competitiva que distingue a cada disciplina y favorece las relaciones necesarias para llevar a cabo esta práctica social, como la competencia y el éxito, destacando su papel en la construcción de una cultura e identidad nacional. Una amplia gama de símbolos, valores, normas y comportamientos lo diferencian de otras prácticas sociales. El deporte define un ámbito cultural específico que ha ido desarrollando su propia función a medida que se ha modernizado hasta alcanzar un carácter universal.

El rol de la gestión deportiva, en relación con el deporte como fenómeno social, parte de la premisa de que su función es planificar y organizar las diversas actividades deportivas. Esto conlleva reconocer que el deporte es un fenómeno social que impacta directamente a una comunidad, influyendo en la cohesión social, la salud pública, la educación y la cultura. Por ello, la gestión deportiva busca maximizar estos beneficios, organizando eventos, creando programas de inclusión y asegurando que el deporte sea accesible para todos los sectores de la sociedad.

-G-

30. Género y deporte

El género ha sido construido de acuerdo con los valores sociales creados por la sociedad, respondiendo a requisitos socioculturales que se reflejan diariamente en la actualidad y en los comportamientos de las personas. Por tanto, el género pasó a ser tomado como una categoría analítica para desestructurar discursos biológicos deterministas. Cuando se habla de género, este “erige una crítica respecto de los principios biológicos que legitiman las desigualdades y estabilizan tradiciones racistas, misóginas y homofóbicas” (Martins, 2020, p. 4).

Por su parte, el deporte es un fenómeno sociocultural que puede analizarse desde la práctica, la representación, la institución social y la instrumentalización. Se encuentra directamente ligado a la industria, la cultura, las creencias, el Estado y el comportamiento de una sociedad (Alabarces, 1998).

Cuando se realiza la simbiosis de los conceptos y se empieza a comprender el género en el contexto deportivo, este se asume como una dimensión relacional proyectada desde lo social y lo cultural. En este ámbito, se promueven, analizan y visibilizan las diversas intersubjetividades, así como sus categorías de poder, identidad

y simbolismo, con el objetivo de deconstruir prácticas y visiones deportivas estereotipadas para promover movimientos deportivos inclusivos y equitativos en un mundo globalizado.

Por tanto, 'género y deporte' se convierte en un campo de estudio interdisciplinario en el que se analiza cómo el género y sus identidades pueden influir en la participación, representación y percepción de las personas en actividades deportivas. Esta categoría analítica invita a comprender las desigualdades históricas y estructurales a las que los distintos géneros se han enfrentado en el deporte, buscando maneras efectivas de superar desafíos para crear y fomentar la aplicación de derechos y libertades.

La incorporación de la perspectiva de género en la gestión deportiva no solo enriquece la práctica de la gestión, sino que también aborda un desafío social significativo. Se presenta como una estrategia y una oportunidad para eliminar prejuicios y estereotipos en el ámbito deportivo, fomentando la participación de entidades gubernamentales en el desarrollo de políticas con enfoque de género (Ordóñez, 2011). Así, esta dimensión relacional e inclusiva dentro de la gestión deportiva puede contribuir al desarrollo de un entorno más equitativo y justo, promoviendo la igualdad de género y mejorando la calidad de vida de las personas y sus comunidades.

31. Gestión de proyectos

Disciplina que tiene la capacidad de integrar de manera sistémica la planificación, la organización, la dirección, el control y la calidad en el manejo de las actividades asociadas a un proyecto (Terrazas, 2009).

La gestión de proyectos consiste en la aplicación de herramientas, habilidades y estrategias gerenciales que tienen como objetivo el desarrollo de un proyecto mediante la planificación, organización, dirección y control de sus actividades, en un escenario de tiempo, costo y calidad predeterminado (Terrazas, 2009).

La gestión deportiva, como la disciplina encargada de planificar, organizar, dirigir y crear eventos o programas deportivos, se vincula con la gestión de proyectos, cuyo propósito es realizar los esfuerzos necesarios para alcanzar los objetivos del proyecto, en el tiempo indicado, dentro de los límites presupuestales, todo ello en aras de crear un evento deportivo capaz de generar un impacto social y económico en la sociedad.

Ambas disciplinas, gestión deportiva y gestión de proyectos, comparten principios y métodos de administración, por lo que se complementan en aspectos como la planificación, organización, ejecución, control y seguimiento, así como en la gestión de recursos, riegos y comunicación. Ahora bien, dado que la gestión de proyectos se enfoca en la optimización de recursos, su aplicación en el ámbito deportivo garantiza la eficiencia de las iniciativas deportivas.

32. Gestión social del deporte

Se refiere a la planificación y organización de actividades deportivas con un enfoque en el bienestar de la comunidad. Implica crear programas y eventos que no solo promuevan la actividad física, sino que también fomenten la inclusión social, el desarrollo de habilidades y el fortalecimiento de la cohesión comunitaria desde perspectivas deportivas. Para establecer una aproximación conceptual a la gestión social del deporte, es menester ubicar su universo de fundamentación en el campo de la gestión deportiva desde dos horizontes: el primero, desde un nivel epistemológico, relacionado con su constitución como campo de conocimiento, y en segundo, de índole política, referente al compromiso de vincular al deporte con las actuales sociedades democráticas.

Inicialmente, para Roza et al. (2022) la gestión deportiva se orienta por ciencias como la antropología, la historia, la filosofía y la sociología, las cuales ofrecen lecturas críticas sobre las sociedades contemporáneas, caracterizadas por profundas desigualdades, lo que invita a repensar el papel del deporte en la cultura y al interior de dichas organizaciones. Estas perspectivas, investigaciones y reflexiones epistemológicas pueden brindar un marco orientador para las prácticas que los gestores deportivos desarrollan en diversos contextos, muchos de ellos vulnerables.

En este sentido, los enfoques diferenciales, democráticos y solidarios contribuyen al desarrollo de dichas poblaciones a través de una visión social del deporte. Con esto no se pretende afirmar que la investigación conduce directamente a la acción, sino que existe un ciclo constante de pensamiento, acción y reflexión, el cual lleva a la gestión del deporte a reconsiderar su compromiso social y político.

Por esta razón, la gestión social del deporte, más allá de una estrategia de acción subsidiaria de una organización, como ocurre con las denominadas políticas de responsabilidad social, constituye un propósito misional y un énfasis que privilegia el desarrollo de los individuos (Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, 2017).

Una perspectiva emergente de la gestión social del deporte, enmarcada en acciones concretas de la gestión deportiva, podría estar ligada a visiones relacionadas con el desarrollo humano sostenible. Por ejemplo, Silveira et al. (2022) proponen la necesidad de gestionar modelos de economía circular para las organizaciones deportivas latinoamericanas desde la óptica de metodologías participativas, como la investigación-acción participativa. En este contexto, estrategias como la reutilización de materiales deportivos, la reducción de materias primas y la potenciación de los implementos deportivos mediante la compra, reciclaje e incorporación de tecnología para la formación deportiva pueden tener una incidencia positiva en las dinámicas de diferentes organizaciones deportivas en el continente latinoamericano.

33. Gestor deportivo

El deporte se ha convertido en uno de los principales pilares de la sociedad actual, adquiriendo protagonismo y especial relevancia. Se le considera un transformador social (Mindeporte, 2025). Ante esta realidad, resulta indispensable la existencia de profesionales competentes y capacitados para gestionar todo lo relacionado con el deporte, incluyendo eventos, torneos y el desempeño en los diferentes tipos de deporte, como el deporte de alto rendimiento, el deporte social comunitario, el deporte inclusivo, entre otros.

El rol del gestor deportivo, desde una perspectiva social y comunitaria, es actuar como un agente de cambio que promueve la integración social, la equidad y el bienestar a través del deporte. Este profesional facilita la participación de diversos grupos, asegurando que todos tengan acceso a oportunidades deportivas sin importar su género, edad o contexto socioeconómico. Además, diseña programas que no solo mejoran la salud física y mental, sino que también refuerzan el sentido de pertenencia y la identidad comunitaria. A través del deporte, el gestor fomenta valores como el respeto, la solidaridad y el trabajo en equipo, contribuyendo a la cohesión social y al desarrollo sostenible de las comunidades.

El gestor deportivo es el profesional encargado de llevar a cabo la planificación, organización y dirección de las diferentes actividades relacionadas con el deporte. Tafalla y Mestre (2005) concluyen que:

El gestor deportivo es entendido como aquel profesional encargado de gestionar el deporte en un departamento, municipio, entidad, federación entre otras, teniendo en muchos casos que llevar a cabo acciones que no forman

parte de sus funciones. En ese orden de ideas, los gestores deportivos se encuentran en el deber de planificar y evaluar actividades, dirigir al personal a su cargo, hasta incluso analizar el comportamiento de las personas que hacen uso de las mismas, para intentar ofrecer servicios que vayan en la línea de la demanda en ese momento (estrategias que satisfagan a todos los sectores a los que se dirige), pero siempre teniendo presente la variabilidad existente en este sector, no dejando las cosas al azar o a la improvisación. (p. 16)

El rol que desempeña el gestor deportivo en el deporte es fundamental, pues es el encargado de llevar a cabo todo el proceso organizativo de un evento, programa o actividad deportiva, lo cual consiste en la planificación, dirección y evaluación de actividades. Su función principal es garantizar y propiciar el correcto funcionamiento de organizaciones deportivas, instalaciones y proyectos relacionados con el deporte.

El rol del gestor deportivo no solo abarca los aspectos administrativos y operativos de un evento, sino que también incluye la promoción, gestión de recursos humanos y coordinación de entrenamientos y competencias (Acosta, 1999). Además, actúa como un agente de cambio, creando oportunidades para la participación activa, el fortalecimiento del tejido social y la promoción de una sociedad más inclusiva y saludable.

Es preciso aclarar que sus competencias no son de uso exclusivo en los eventos deportivos; también es un profesional capacitado y determinante a la hora de crear políticas públicas deportivas. Está familiarizado con las dinámicas actuales de la sociedad y comprende cuáles son sus necesidades específicas de mejora.

34. Globalización deportiva

Desde el discurso sociológico, la globalización del deporte hace alusión al aprovechamiento de esta como una práctica social, en la cual la igualdad de oportunidades y la inclusión son pilares fundamentales; sin embargo, en muchas ocasiones, esto puede quedar en una simple utopía (Alatuve, 2020).

En las últimas décadas, el discurso académico ha respaldado la idea de una nueva interpretación de la cultura del deporte, en contraposición al cientificismo y economicismo predominante en el deporte. Desde 1976, el *Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales* (Naciones Unidas, 1966) estableció que

el deporte es uno de los derechos sociales. Además, en 1978, con la adopción de la Carta Internacional de Educación Física y Deporte por la Conferencia General de la Unesco (2018) en París, se ratificó que el deporte, la educación física y la recreación son componentes esenciales del sistema educativo para la formación integral de las personas y el enriquecimiento cultural.

En este sentido, se presentan dos conceptos que parecen complementarios, pero que, lejos de serlo, resultan antagónicos: el deporte para todos y el deporte profesional. En la actualidad, el reemplazo de las antiguas formas de aprovechamiento del tiempo libre, centradas en el disfrute como medio y fin de la práctica deportiva, no se ajustan al impulso incontrolable que la sociedad global le imprime a un evento que se enmarca en una etapa superior de desarrollo histórico (Mendoza, 2016).

Según Briceño (2002):

Los términos “deporte global”, “deporte globalizado”, son juegos de palabras que describen la relación biunívoca existente entre una institución social de gran importancia para los habitantes del mundo y el ethos social que la define. El ethos social se define como la totalidad de rasgos y modos de comportamiento que conforman la identidad de una persona, su grupo, su comunidad y su entorno. (p. 3)

Para Méler y de Ugarte (2004), el Fondo Monetario Internacional (FMI) define la globalización como

la interdependencia creciente del conjunto de los países del mundo, provocada por el aumento del volumen y la variedad de las transacciones de bienes y servicios de los flujos internacionales de capitales, y de la dimensión generalizada y acelerada de la tecnología. (p. 22)

El concepto se enfoca en el aumento del intercambio de flujos informativos como resultado de la masificación del uso de Internet, la telefonía celular y la televisión por suscripción, con el fin de definir los mecanismos de expansión del proceso globalizador.

Según Estefanía (2001):

Esto se debe a la capacidad de intercambiar y transmitir información a los sitios más remotos en tiempo real, en cualquier lugar de la geografía mundial, lo que

lejos de resaltar las particularidades propias de un mundo donde prima la heterogeneidad, pretenden establecer una occidentalización progresiva donde “lo realmente valido es sólo lo moderno y lo “Moderno es sólo lo occidental”. (p. 3)

Históricamente, el deporte para todos se desarrolló en contraposición al deporte profesional. No obstante, es importante reconocer que algunas federaciones deportivas han contribuido más a su expansión que otras. De acuerdo con Cagigal (1981):

El Deporte Para Todos tiene como objetivo garantizar que todos los ciudadanos, independientemente de sus características físicas o biológicas, tengan la oportunidad de participar en actividades deportivas y físicas sin discriminación. Este esfuerzo se asemeja al periodo histórico del deporte amateur y el olimpismo de Pierre de Coubertain. (p. 8)

Según la construcción de una racionalidad económica basada en nuevas relaciones, el deporte profesional, en el marco de la globalización, se adapta a las relaciones ideológicas que definen los valores del evento, a las relaciones de cooperación que están presentes en la estandarización de los objetivos del deporte con los de los medios y en los convenios corporativos que lo caracterizan, y a las relaciones de regulación que fomentan las bases jurídicas que sustentan el deporte profesional.

Ahora bien, el deporte denominado como práctica social se entiende como: “una institución industrial de competición física reglamentada” (Brohm, 1982, p. 15). La práctica asociada con el término ‘profesional’ está subordinada a un sistema social donde las categorías de capital tienen significado y función en un período histórico específico, analizándose desde el principio hasta el final, desde su definición, características reales y valores axiológicos representativos.

La estimación del deporte se basa en la cantidad de capital producido, lo que lo convierte en una de las empresas más grandes del sector del espectáculo y el entretenimiento debido a su complejo entramado industrial. En 2008, el Comité Olímpico Internacional (COI) ganó mil setecientos millones de dólares (1 700 000 000 USD) a través de la venta de derechos de transmisión por televisión e Internet. Esto representa un aumento significativo en comparación con el millón doscientos (1 200 000 USD) obtenido en los Juegos Olímpicos de Roma en 1960, cuando se vendió por primera vez el derecho de transmisión (Tejado 2008).

Alatuve (2020) señala que en el sistema deportivo internacional existen entidades económicas públicas y privadas que se ocupan de la promoción, organización, financiamiento y regulación del deporte, considerado fundamentalmente como una industria económica. Además, se destaca la importancia de la negociación bajo la lógica del “ganar/ganar” en este contexto, caracterizado por una situación de interdependencia y dependencia.

Finalmente, la gestión deportiva desarrolla un papel clave en todo este proceso de globalización, toda vez que una eficaz gestión propenderá la expansión del deporte de manera global, trascendiendo fronteras de manera real, inclusiva y organizada.

La elaboración de un glosario de términos para la gestión social del deporte es un esfuerzo fundamental que impacta directamente el desarrollo regional, especialmente en Bogotá y Cundinamarca.

Este recurso facilita la creación de un lenguaje común entre los actores involucrados en la gestión deportiva, promoviendo una mejor comunicación y comprensión de las políticas y proyectos orientados al deporte social y comunitario. En una región como la zona centro Bogotá y Cundinamarca, donde el deporte es una herramienta clave para la cohesión social, este glosario fortalece la capacidad de los gestores y profesionales para responder a las necesidades específicas de la comunidad.

Asimismo, el impacto regional del glosario se extiende para la mejora de políticas públicas y programas deportivos, al proporcionar una base sólida para la toma de decisiones informadas. Al alinear las estrategias de gestión deportiva con las necesidades y realidades locales, se potencia el desarrollo social y se contribuye al bienestar de la comunidad, creando espacios que promueven la salud, la cohesión social y la formación de ciudadanos activos y comprometidos, ya que el deporte social no solo impacta en el bienestar físico de los participantes, sino también su salud mental y emocional, lo que contribuye a la formación de identidades colectivas y al fortalecimiento del tejido social en la región.

Yenni Andrea Pedreros Bernal

Líder Zonal Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades

-H-**35. Hipermercantilización del deporte**

El deporte, tal y como lo conocemos en la contemporaneidad, forma parte activa de un engranaje económico ligado a las actuales sociedades capitalistas y neoliberales. Como mercancías, las prácticas deportivas llevan consigo los principios de la sociedad neoliberal, en los que la explotación del cuerpo humano y el intercambio de rendimientos, habilidades, victorias y derrotas en términos de ganancias, maximización del lucro, vínculos con multinacionales y capacidad publicitaria vinculada al consumo predominan en la sociedad del rendimiento y el espectáculo.

Para Balboa (2021), la emergencia de la vinculación entre el deporte y el mercantilismo se establece alrededor de la figura mediática de Michael Jordan. Al citar el estudio realizado por Lafeber en 2002, titulado *Michael Jordan and the new global capitalism*, el autor argumenta que fue a partir del surgimiento de este ícono cuando se produjo la aparición de una nueva forma de consumo a través del mercantilismo y la publicidad. En el caso del basquetbolista norteamericano, se firmó el primer contrato multimillonario con una empresa de ropa deportiva (Nike), con un impacto global incalculable, ya que las zapatillas “Air Jordan” han sido las más vendidas en la historia. Incluso, clubes de fútbol como el Paris Saint-Germain de Francia han replicado la venta de productos de una figura ajena al balompié, hecho que refuerza la influencia de su símbolo cultural y económico.

Brohm y Ollier (2019), desde una perspectiva de la teoría crítica del deporte, plantean en un ensayo titulado *El deporte como arma de distracción masiva* que el campo deportivo ha venido consolidando estratégicamente alianzas con las multinacionales con el objetivo de producir “cíborgs” del rendimiento corporal, como cuota inicial de las futuras “biomercancías” de una humanidad mejorada que se vislumbra en el futuro. Esto ocurre al interior de un escenario en el que los antiguos estados-nación vienen cediendo su soberanía a la lógica del mercado, debilitándose el carácter de lo público, entre ellos derechos humanos fundamentales como el acceso al deporte, y en el que una élite dirigenial conduce al deporte hacia su valor como mercancía. Citando los casos del fútbol en Europa, el hockey sobre hielo en Norteamérica, el béisbol o el fútbol americano en Estados Unidos y el cricket en Asia, los autores argumentan cómo se vienen perpetuando estas lógicas del deporte al servicio de la acumulación de riquezas y la explotación de deportistas y espectadores (Brohm y Ollier, 2019).

Este análisis crítico también alcanza otras prácticas corporales deportivizadas. Por ejemplo, las manifestaciones modernas que permiten a los individuos “reencontrar sus cuerpos”, cercenados por lo que los autores denominan “estructuras alienantes del trabajo repetitivo”, al mismo tiempo propician cierta apología a un cuerpo apolítico y desideologizado en un mundo de aparente libertad para escoger, pero que representa un narcisismo instalado en el propio cuerpo. Allí, conceptos como “capital corporal sano” representan la manera en que estas prácticas, entre las que se cuentan el ciclismo, el running, las carreras de aventura en la naturaleza, las maratones y las marchas, entre otras, enmascaran un “nomadismo turístico neocolonial” nocivo para el medioambiente, excesivamente consumista y que refleja cierta impotencia y descompromiso político para afrontar colectivamente la realidad social actual (Brohm y Ollier, 2019).



36. Identidad deportiva

Es la configuración del sujeto enfocada en preferencias, elecciones y sentimientos de pertenencia colectiva deportiva. Se trata de un proceso de manifestación de sí mismo, proyectado a través del sentido de pertenencia, valores, conducta y características en estrecha relación simbólica con el deporte y sus manifestaciones.

La identidad deportiva se construye y reconstruye de manera continua alrededor del deporte. En ella, la cultura, lo material y lo social tienen un rol preponderante, puesto que aspectos como rasgos culturales compartidos, tales como lenguajes, símbolos, creencias, comidas, fiestas y vestimentas, entre otros, tienen un impacto significativo en la manera en que los individuos se identifican y se sienten representados dentro de una comunidad deportiva.

De esta forma, la identidad deportiva se convierte en un reflejo de la interacción entre el individuo, su entorno y la cultura deportiva que lo rodea. Además, como lo mencionan Quevedo y Montero (2020), esta condiciona los valores, sentimientos y cualidades positivas en actividades deportivas, pudiéndose construir tanto desde lo individual como desde lo colectivo.

Montero (2013) define identidad deportiva de la siguiente manera:

Atributo de las colectividades humanas expresada mediante representaciones sociales centradas en la actividad deportiva, modelada por la conciencia de mismidad, que entraña integridad, diferencias que se presuponen y sentido de pertenencia hacia el deporte, grupos de atletas, practicantes y otros componentes personales que confluyen de modo constante en espacios afines. Implica confrontación de necesidades, experiencias, valores, creencias, actitudes, aspiraciones, costumbres, educación e instrucción, significados, y otros elementos, relacionados con cualquier dimensión del hecho deportivo. (p. 6)

Desde el ámbito de la gestión deportiva, la identidad deportiva tiene una influencia significativa en el desarrollo deportivo, atlético, organizacional y social, y, según diversos autores, se puede proyectar como línea de investigación. A nivel deportivo y atlético, la identidad deportiva promueve el rendimiento, la motivación, el crecimiento de los atletas y la cohesión del equipo, puesto que interviene en la motivación, el espíritu de equipo, la resiliencia, el manejo de la adversidad, el desarrollo personal y profesional, y la retención y proyección del atleta o equipo. Estos aspectos influyen significativamente en las buenas gestiones y el cumplimiento de metas dentro de las organizaciones e instituciones deportivas.

Desde el desarrollo organizacional, esta identidad se refleja en la misión y visión de la organización, así como en la definición de estrategias y objetivos a largo plazo. También impacta en la cultura organizacional, promoviendo valores como la inclusión y la diversidad cuando la identidad se centra en la justicia y la equidad. La identidad corporativa transmite “lo que la empresa es” mediante una identidad tanto conceptual (integrada por cuestiones como misión, visión y responsabilidad social) como visual (logotipo, tipografía, colores).

A nivel social, la identidad deportiva es un factor clave dentro de la gestión deportiva, puesto que a partir de ella se pueden generar procesos de conexión y comunicación con la comunidad, intervenir en la gestión de problemáticas sociales y propiciar valores como el fair play, la empatía, el trabajo en equipo, el desarrollo de la ciudadanía, la construcción de identidad, el sentido de pertenencia, la igualdad y la equidad, así como la organización y participación de iniciativas socio-deportivas.

37. Indicadores sociales del deporte

En Colombia, la Ley 181 (1995) tuvo como objetivo principal establecer un Sistema Nacional del Deporte, una estrategia efectiva para garantizar el acceso de la ciudadanía a las políticas públicas deportivas sectoriales a través de procesos de planificación, en un contexto político y social caracterizado por el neoliberalismo. Las comunidades afectadas por este modelo han identificado problemas como la incertidumbre y la sensación de inseguridad, que se reflejan en la situación laboral debido a la disminución de la posibilidad de un trabajo estable. Además, esto se suma a los altos niveles de violencia social, empobrecimiento progresivo y la dependencia de una economía global inestable, errática y carente de presupuestos a mediano y largo plazo.

Para comprender el concepto de indicadores sociales del deporte, es importante resaltar su coexistencia con las políticas públicas de un país, comunidad o región. En este sentido, se parte de la concepción de que estas no son neutras y tienen una intención, por lo que no buscan resolver un solo problema (Easton, 1999).

En la mayoría de los casos estudiados, se evidencia una visión sistémica de los indicadores sociales, los cuales podrían considerarse como un conjunto de problemas percibidos, incluso si las autoridades legítimas están involucradas activamente (Mény y Thoenig, 1992).

Diez et al. (2013):

Afirman que existen dos corrientes que se dirigen a la clasificación de las políticas públicas. La primera es la que concibe e instrumenta las políticas públicas “desde arriba” debido al diseño basado en conceptos teóricos e información secundaria, pero sin un involucramiento real de los actores con los problemas locales. Los autores de hoy en día ofrecen una visión “desde abajo”, al incluir a los actores en el proceso, lo que los convierte en creadores y objeto de la política pública. (p. 18)

En esta última perspectiva, Muller et al. (2010) sostienen que las políticas públicas son una estructura de actores que reconocen su racionalidad, el papel de la administración pública y las redes de actores, poniendo al Estado en acción. Estos modelos de política pública dan cuenta, igualmente, de un patrón de indicadores. En este caso, se hace alusión a las políticas públicas deportivas, que, como consecuencia, establecen estándares o indicadores sociales del deporte, pues, con base

en ellos, se crean y elaboran políticas que atiendan problemáticas de manera transversal, así como otras áreas de atención.

En la construcción de indicadores, estos se entienden como mecanismos para mejorar el conocimiento de una variedad de temas relacionados con la vida social y la comprensión de los modelos de bienestar asociados con ellos. Para Cecchini (2005):

Hay dos corrientes principales que explican cómo se enfocan las políticas hacia el bienestar: la perspectiva utilitarista propuesta por Mill (1991) y la perspectiva de Bentham (2008), que sostiene que una sociedad buena es aquella que brinda la mayor satisfacción al mayor número de ciudadanos. (p. 4)

Desde la perspectiva del bienestar social o de la justicia como equidad, se argumenta que el bienestar social se maximiza cuando una sociedad ha maximizado el bienestar mínimo de todos los ciudadanos. Esta perspectiva podría coincidir la idea de que los indicadores sociales permiten una interpretación de las dinámicas sociales a través de la observación más allá de las estadísticas (Cecchini; 2005; Muller, 2010).

Ahora bien, al aterrizar en los indicadores sociales deportivos, en la actualidad, resulta complicado determinar, por ejemplo, cuál ha sido el verdadero beneficio para el sistema educativo en términos de los beneficiarios (estudiantes e instituciones) tras haber llevado a cabo el programa de Juegos Intercolegiados durante varios años, o cuál ha sido el impacto del mismo programa en el desarrollo de una disciplina deportiva o en el alto rendimiento. ¿Qué indicadores permiten esta medición? Por otro lado, ¿cómo han afectado los Juegos Deportivos Nacionales a la sociedad y al sector en particular en las áreas que podrían ser sede de ellos?

Dos grupos de indicadores son los más utilizados en el deporte en aras de evaluar y conocer las necesidades de una población: los indicadores de efecto y los indicadores de impacto. Estos constituyen los dos principales componentes de un sistema de evaluación. Así mismo, la implementación de metodologías propias de la prospectiva permite identificar variables relevantes para evaluar a el largo plazo:

1. Indicadores de efecto. También conocidos como indicadores sectoriales, permiten determinar cuál ha sido el impacto a lo largo del tiempo (después de la ejecución del plan, programa o proyecto) en términos de cómo la sociedad, los usuarios o los beneficiarios los han incorporado efectivamente en el ámbito propio del sector. Por ejemplo, el impacto de un programa de formación deportiva

en los hábitos de vida saludable se puede observar a través de las tasas de participación.

2. Indicadores de impacto. Permiten evaluar la misión de la organización utilizando sus objetivos fundamentales, como su contribución al desarrollo integral del individuo, el mejoramiento de la calidad de vida de la ciudadanía y el bienestar de la comunidad.

Ahora bien, la relación de la gestión deportiva con los indicadores sociales del deporte es fundamental. En primer lugar, los indicadores brindan información sobre los resultados de un programa o evento deportivo, lo que permite evaluar qué tan efectivo ha sido, qué se puede mejorar y, sobre todo, si resuelve las problemáticas presentes previamente identificadas por la gestión deportiva. Se trata de una relación de interdependencia, pues permite una mejor atención a las necesidades de una sociedad y una mayor capacidad de respuesta ante ellas.

38. Industrias culturales

Este concepto fue acuñado por los filósofos representantes de la llamada Escuela de Frankfurt, Theodor Adorno y Max Horkheimer, primeramente en el ensayo titulado *La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas* de 1944, publicado en 1947 en el libro *Dialéctica de iluminismo*. Además, fue desarrollado en un ensayo titulado *La industria cultural*, publicado en 1967 por Adorno (Adorno, 1967). Cabe anotar que el concepto surgió en un contexto histórico marcado por la Primera y Segunda Guerra Mundial, el ascenso de regímenes totalitarios como el nazismo, así como la emergencia de la sociedad de masas como producto del capitalismo emergente en los Estados Unidos, país donde ambos filósofos vivieron su exilio como pensadores críticos de la modernidad.

En términos generales, y considerando distintas modificaciones del concepto de acuerdo con varios episodios propios de la trayectoria intelectual de los autores, la industria cultural puede referirse a la constitución de todo un entramado de producción artística y cultural que instrumentaliza el objeto artístico, alejándolo de su propio sentido como producto de la cultura en la cual está inmerso y lo supedita a valores externos (comerciales), tales como las leyes del mercado y el consumo.

Para los autores, la sociedad funciona a partir de un sistema organizado que se compone de subsistemas. Dichos componentes se articulan en torno a una razón o tipo de poder y, para el caso de la sociedad capitalista, se trata de una razón ins-

trumental dirigida a la conservación y a la reproducción de un orden social, político e ideológico mediante la creación de artefactos (dispositivos tecnológicos diversos) que cumplan con dichos objetivos de la cultura de masas, así como la producción de individuos convertidos en consumidores con determinados hábitos de consumo relacionados con el ocio o tiempo libre.

En la actualidad, las industrias culturales representan para las organizaciones multilaterales como la Unesco todos aquellos “sectores de actividad que tienen como objeto principal la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (Moya y De Oliveira, 2023, p. 17). Esta gran estructura, consolidada como un sector productivo más, es concebida en nuestras sociedades capitalistas modernas como:

[...] un entramado complejo que va más allá del deporte como competición o juego puro. Se trata del propio poder y de una industria cultural en auge, en la que grandes inversores ven un nicho de mercado de gran explotación, especialmente en Europa, que, al contrario de Estados Unidos, no había sido llevado a las dimensiones que se trazan en estas páginas. El deporte en general y el fútbol en particular deben ser analizados desde perspectivas que entronquen con el análisis de la estructura de poder, y en ello también están unos medios de comunicación incapacitados para ofrecer la realidad compleja que opera hoy en el sector, puesto que forma parte de él. (Moya y De Oliveira, 2023, p. 230)

Es así como, en los países más desarrollados, deportes como el fútbol representan un gran porcentaje del producto interno bruto (PIB), condensan la inversión de grandes multinacionales, son objeto de tensiones geopolíticas. Además, su valor artístico y patrimonial es alto, pues incorporan valores culturales preservados en museos, entre otros.

Por ello, resulta importante entonces entender que, como un sector productivo más, el deporte, en su dimensión de industria cultural, representa el poder en cualquiera de sus facetas (económica, política-ideológica) y, por tanto, está sujeto a procesos de exclusión, desigualdad y concentración de la riqueza.

39. Innovación social

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, s. f.) “definió la innovación social como nuevas formas de gestión, administración, ejecución, instrumentos, herramientas, combinaciones de factores orientadas a mejorar las condiciones sociales y de vida en general de la población de la región” (p. 1).

La innovación social es una apuesta para aportar a la construcción de paz, empleando como herramientas fundamentales el deporte y la educación, así como la implementación de nuevas ideas, productos y servicios, proporcionando de ese modo un cambio social.

Por consiguiente, la innovación social tiene como objetivo satisfacer las necesidades de la sociedad, atender y brindar soluciones a las problemáticas y mejorar la calidad de vida de las personas. Por ello, se centra en la colaboración, la creación y la sostenibilidad. La innovación social no solo tiene como objetivo resolver problemáticas específicas, sino también generar un impacto positivo en la sociedad, promoviendo el bienestar, la calidad de vida y la justicia social.

Ahora bien, la innovación social y la gestión deportiva se encuentran relacionadas porque comparten el objetivo de mejorar las condiciones de vida de las personas, promoviendo el bienestar y el desarrollo de la comunidad. Así mismo, aporta nuevas ideas que pueden transformar la manera en que se gestionan y organizan las actividades deportivas.

El gestor deportivo desempeña un papel determinante en la innovación social, pues es el encargado de identificar las problemáticas sociales y, con base en ellas, desarrollar propuestas capaces de generar un impacto, empleando como vehículo principal el deporte, la inclusión y la educación para beneficiar a la sociedad.

40. Instrumentalización del deporte

Desde sus inicios, el deporte, especialmente en su vertiente competitiva, ha estado sometido a diversos intereses ajenos a su naturaleza, pautada en fines éticos, como los establecidos, por ejemplo, en su tendencia agonística, es decir, de lucha bajo condiciones iguales, o en los principios consagrados por las cartas universales de derechos humanos.

Para Sarremejane (2016), desde la perspectiva de la filosofía del deporte existen tres niveles que configuran la instrumentalización del deporte, vehiculados por su importancia mediática en el actual sistema productivo y los procesos de mundialización y globalización decurrentes: la instrumentalización del cuerpo del atleta, del sistema mundial organizado y de la ética.

En primera instancia, encontramos la *instrumentalización del cuerpo del atleta*, en la que el deportista es objeto de múltiples presiones, como el entrenamiento y la exposición a síndromes como el burnout, lo que provoca que se vea enajenado de su propio cuerpo. Este deja de ser parte constitutiva de su personalidad, para volverse exclusivamente un instrumento, vinculado la mayoría de veces a la competición.

El segundo nivel, la *instrumentalización del deporte en un sistema mundial organizado*, incluye tres formas específicas en las que se configura:

1. *Instrumentalización económica*: mediada por los procesos de liberalización deportiva o sujeción a la lógica del mercado, que incluye fenómenos como la preponderancia del factor, los diferentes patrocinios, los procesos de profesionalización, la libre circulación de los jugadores, la creación de sociedades anónimas deportivas y la pérdida de soberanía e independencia de los comités y federaciones internacionales.
2. *Instrumentalización mediática*: incluye la influencia que ejerce todo el conglomerado de retransmisión de los eventos deportivos, como la prensa escrita, la radio fusión y el canal de la imagen (televisión e internet). Por ejemplo, cualquier medio tiene el poder de “performatizar la experiencia”; esto es, de interpretar un hecho y acomodarlo en el marco de un relato sometido a diversos intereses.
3. *Instrumentalización política*: el deporte ha servido históricamente para demostrar una posición de poder, una relación de fuerza o un lugar de reconocimiento en el escenario geopolítico mundial.

El tercer nivel, se refiere a la *instrumentalización de la ética en el sistema mundial del deporte*. A través de una refinada estrategia de patrocinio ciudadano y mecenazgo deportivo, conocida como Responsabilidad Social de las Empresas (RSE), se busca proteger y mejorar la imagen de distintas federaciones, comités y empresas vinculadas al deporte. Dichas estrategias pretenden, mediante el uso de un con-

junto de valores como la paz, la igualdad, los derechos humanos, la prevención de la violencia y el civismo en el deporte, así como la educación y las campañas ambientalistas ligadas al desarrollo sostenible, contrarrestar la mala imagen que en ocasiones se propaga a través de los medios de comunicación.

Para el gestor deportivo, reflexionar sobre las variadas formas en que el deporte es instrumentalizado por un medio con un fin externo a sí mismo, en su carácter natural de agonística y valores deportivos, resulta importante, en primera medida, porque las actuales políticas de fomento al deporte se ven permeadas por variados intereses, muchos de ellos mercantilistas, que menoscaban la dignidad de los deportistas. Por otro lado, se erige aquí la importancia que tiene la promoción del deporte social comunitario y el deporte formativo para el desarrollo humano y social del país.

-L-

41. Liderazgo deportivo

La dificultad que conlleva la definición del liderazgo viene acentuada por el hecho de que el concepto de liderazgo está estrechamente relacionado con otros conceptos como poder, influencia y autoridad, etcétera, los cuales también presentan grandes complicaciones al momento de ser definidos (Canto, 1994). Debido a esto, han surgido múltiples intentos por precisar su significado. Algunos autores han llegado al consenso de que el liderazgo deportivo “es un mecanismo que permite orientar y coordinar a los miembros de cualquier organización hacia el alcance de sus objetivos, tanto empresariales como deportivos” (Unisport, 2022, p. 1).

El liderazgo deportivo se entiende como el mecanismo por medio del cual una persona, conocida como líder deportivo, interviene, dirige y estimula a un equipo, selección, o individuos en el campo deportivo para alcanzar objetivos comunes, maximizando su rendimiento y potencial. Este tipo de liderazgo no solo se enfoca en el rendimiento físico y técnico, sino que también incluye aspectos emocionales, psicológicos y sociales para fomentar un entorno positivo y productivo.

Mientras que el liderazgo deportivo se centra en incitar, motivar y desarrollar a los individuos y equipos, la gestión deportiva se encarga de proporcionar las estructuras, recursos y estrategias necesarias para conseguir su objetivo: el éxito de un

equipo. Ambos conceptos forman la base para un entorno deportivo exitoso y sostenible, en el cual los objetivos pueden ser alcanzados de manera eficaz.

El gestor deportivo y la gestión deportiva como disciplina desempeñan una imprescindible participación, pues son los encargados de formar a los líderes, brindarles herramientas y competencias esenciales para que estos puedan asumir la responsabilidad de dirigir una organización deportiva, un evento, un equipo, un torneo, entre otros.

-M-

42. Marketing en gestión deportiva

Keller (2012) define el *marketing* como

una orientación —filosofía o sistema de pensamiento— de dirección que sostiene que la clave para alcanzar las metas de la organización reside en averiguar las necesidades y deseos del mercado objetivo y adaptarse para ofrecer las satisfacciones deseadas por el mercado mejor y más eficientemente que la competencia. (p. 45)

Con el objetivo de destacar el principio del *marketing*: satisfacer al consumidor, es imprescindible reconocer las necesidades, deseos y posibles demandas de cada consumidor o grupo de consumidores, no solo las de los proveedores. Esta definición sugiere que el *marketing* es efectivo cuando puede vender o “colocar” un producto en el mercado.

Al analizar el *marketing* en el deporte, a menudo se mencionan los espacios deportivos municipales y sus actividades, así como los grandes clubes deportivos profesionales; además de los clubes y gimnasios privados, también se considera la venta de material deportivo. Aunque se pueden aplicar ideas y métodos de *marketing* deportivo en cada uno de ellos, es cierto que esta intervención debe llevarse a cabo de manera diferente. El primer paso para crear un plan de *marketing* debe ser diferenciar entre posibles grupos y necesidades. En otras palabras, identificar primero y clasificar después.

Las necesidades y deseos de cada persona son el punto de partida de cualquier demanda. Para subsistir, todas las personas en el mundo necesitan bienes; sin embargo, dichas necesidades se priorizan y dependen de las necesidades y deseos específicos de cada individuo. Estos se convierten en demandas de bienes o servicios por los que están dispuestos a pagar un precio. Desde una perspectiva de *marketing*, se deben identificar estos conceptos para poder usarlos en el mercado y comprender la importancia de reconocer la falta de un bien básico o necesario. Por ejemplo, la falta de alimentos o agua es una necesidad.

El *marketing* y la gestión deportiva se relacionan entre sí, toda vez que el *marketing* implica la aplicación de estrategias y tácticas para atraer al público deportivo. Esto se traduce en la promoción y comercialización de eventos deportivos, equipos, atletas, productos, servicios y marcas relacionados con los deportes. Este tipo de *marketing* tiene como objetivo junto con la gestión deportiva atraer y retener a los fanáticos, aumentar los ingresos, mejorar la visibilidad y el prestigio de las entidades deportivas y fomentar una conexión emocional entre los consumidores y el deporte (Triado, 2003).

La gestión deportiva y el *marketing* deportivo están estrechamente conectados en términos sociales, ya que ambos influyen en cómo se promueve y percibe el deporte en la sociedad, y en cómo se utilizan las estrategias de *marketing* para lograr impactos sociales positivos. Este vínculo es clave para maximizar la inclusión, el bienestar comunitario y la participación en el deporte, al tiempo que se generan beneficios económicos.

43. Medios sociales en gestión deportiva

Los medios sociales constituyen una estructura socio-tecnológica que sostiene el sistema de información e intercambio de bienes culturales en el mundo y promueven la masificación de diversos aspectos de la cultura.

Los medios sociales en la gestión deportiva son una serie de estrategias que no solo promueven un proceso de formación donde se involucran los aspectos educativos, pedagógicos y deportivos, sino también permiten que las organizaciones deportivas desarrollen emprendimientos y estrategias de marketing con productos o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes (López-Carril et al., 2019). Para ello, utilizan herramientas de comunicación como redes sociales y plataformas digitales, entre otros.

-N-**44. Neoliberalismo**

El neoliberalismo, en la fase actual del sistema capitalista financiero, puede definirse como una doctrina económica con efectos políticos que afecta tanto a las naciones como al mundo en general. Tiene sus orígenes en el antiguo liberalismo propuesto por el filósofo y economista escocés Adam Smith en su más famosa obra titulada *La riqueza de las naciones* de 1776, en el que se plantean principios básicos del desarrollo económico, tales como la lógica de la competencia y la división del trabajo. Sin embargo, el concepto de la “mano invisible” es el principio más importante, pues describe cómo las acciones individuales, desplegadas por el interés particular, pueden llevar al beneficio colectivo de toda una sociedad. De esta manera, la búsqueda de una “libertad económica” a través de la disminución de cualquier restricción comercial impuesta por los gobiernos podría llevar al desarrollo y la riqueza de los países.

Sin embargo, el neoliberalismo, surgido en los periodos de entreguerras del siglo XX, reformulará esta restricción gubernamental y, por el contrario, buscará promover, a través de acuerdos transnacionales, políticas globalizantes y la articulación de distintas organizaciones multilaterales como el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), influencias específicas y directas en la formulación de políticas públicas en diversos países. Estas políticas abarcan áreas como la salud, la educación, el sistema pensional, los acuerdos económicos y el endeudamiento de los países, entre otros.

De esta manera, mientras que el liberalismo proclamaba la “mano invisible”, el neoliberalismo propone una intervención directa del gobierno que ubique al mercado como el motor del desarrollo. Así, fenómenos como las actuales políticas de privatización amenazan con erosionar los derechos humanos fundamentales consagrados en las constituciones de cada país, tales como el acceso a servicios públicos de calidad, al tiempo que facilitan el enriquecimiento de grandes empresarios a costas de la explotación de trabajadores, quienes cada vez están más desposeídos de garantías laborales.

Pensadores contemporáneos han planteado críticas al actual sistema neoliberal. Por ejemplo, el sociólogo Francés Pierre Bourdieu (1997) establece que bajo la de-

nominada “violencia estructural del desempleo”, se crea en los trabajadores un ambiente generalizado de desconfianza, inseguridad, angustia y estrés. Dicho ambiente garantizará la constitución de un ejército de reserva de mano de obra precarizada, sometido a una constante amenaza de desempleo. Esto, además, explica la adhesión de todos los trabajadores a los caprichos de una teoría microeconómica de carácter darwinista.

Por su parte, el filósofo francés Michel Foucault (2007) sostuvo que el neoliberalismo, más allá de constituirse en una teoría o doctrina económica, se despliega como una racionalidad política, es decir, una manera de pensar, ser y vivir, que instala el modelo de empresa en cualquier escenario de la vida. Por ejemplo, los padres que invierten en la educación de sus hijos lo hacen como una inversión rentable, pues creen que esta maximizará sus chances de poder competir en el mercado laboral.

Para el campo de la gestión deportiva es importante reflexionar sobre el hecho de que el deporte se constituye en un derecho humano fundamental, consagrado en la Constitución colombiana. Por ende, debe ser garantizado como prioridad en el gasto público de cualquier Gobierno. De esta manera, se establece como prioridad la promoción del deporte para todos, con un enfoque social, a través de la formulación de políticas públicas que combatan las constantes amenazas de privatización y abandono de los territorios, entre otras dificultades de acceso.

-0-

45. Organizaciones deportivas

Las organizaciones deportivas pueden definirse como el conjunto de fuerzas, acciones, comportamientos o tendencias externas a la propia organización que inciden, o pueden incidir en el futuro, directa o indirectamente, en ella (Roche, 2007). De conformidad con el Decreto 1228 (1995), se considera a las organizaciones deportivas como entidades estructuradas y constituidas formalmente, cuyo objetivo principal es la promoción, desarrollo, administración y regulación de actividades deportivas y recreativas. Dichas organizaciones pueden ser públicas, creadas por el Estado; privadas, establecidas por particulares, o de carácter mixto, formadas tanto por particulares como por el Estado. Estas pueden funcionar de manera local, nacional e incluso internacional, como en el caso de la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA).

Para Cardona y Cardona (2020) las organizaciones deportivas se ven sometidas a las grandes transformaciones de la actual sociedad digital, como si fuesen cualquier otra organización u institución. Esto se debe a que cuentan con estructuras, recursos y capacidades compartidas, así como planes, proyectos y objetivos en común, además de teorías, principios y estrategias organizacionales provenientes de estudios en administración y gestión.

En un estudio realizado a través de un panel de expertos, Cardona y Cardona (2020) agruparon una serie de retos contemporáneos que la gestión de organizaciones deportivas requiere:

1. **Innovación, marketing y nuevos modelos de negocio.** Este reto implica la dinamización de mercados, la atención a las necesidades de la actual era digital y la creatividad requerida para tomar decisiones de vanguardia.
2. **Uso de las tecnologías de la información y la comunicación.** Incluye el impacto de las redes sociales y los e-sports. Dichos escenarios son fundamentales, ya que configuran nuevos dispositivos de subjetivación, es decir, de configuración de comportamientos y actitudes de usuarios y beneficiarios.
3. **Contribución del deporte y la actividad física en el bienestar de las comunidades.** Se analizan tres dimensiones: social, económico y salud.
4. **Responsabilidad social de formación de profesionales.** En coherencia con los anteriores retos, las universidades enfrentan el desafío de crear espacios de formación de pregrado y posgrado pertinentes para dirigentes deportivos.
5. **Articulación entre organizaciones del sector y el trabajo en redes.** Las nuevas dinámicas digitales para responder a los principales problemas puestos al sector.

En el contexto colombiano, Fonseca et al. (2024) discuten tres aspectos fundamentales en la constitución de las organizaciones deportivas: la perspectiva de la responsabilidad social empresarial como filosofía corporativa proveniente del mundo de la empresa, la gobernanza entendida como la relación con los procesos que desarrolla la gerencia al interior de la organización, con el fin de cumplir las metas establecidas, y la sostenibilidad de las organizaciones deportivas en relación con los objetivos del desarrollo sostenible.

Desde dichos aspectos, los autores plantean los principales desafíos que estas organizaciones deben afrontar, entre los que se encuentran:

1. Los clubes deportivos, ligas o federaciones deben evaluar permanentemente acciones pertinentes orientadas al cuidado del grupo de interés interno que mantiene contacto directo con los clientes (entrenadores), proveedores y patrocinadores.
2. Mejorar la gobernanza; por ejemplo, asegurar que los gerentes estén en la capacidad de implementar acciones y programas que posibiliten cambios en las estructuras organizativas, los sistemas de gestión y la toma de decisiones.
3. Brindar reconocimiento a los entrenadores, quienes en su mayoría enfrentan condiciones laborales precarias.
4. Desarrollar la responsabilidad social empresarial con la participación de diferentes grupos de interés (stakeholders), es decir, con diversos agentes externos con los que se fomentan espacios de colaboración y cooperación.
5. Promover políticas formales y organizar recursos destinados a diversas actividades en pro de la comunidad, el voluntariado y la protección del medio ambiente.

En conclusión, las organizaciones deportivas modernas se apoyan en una gestión deportiva que provea herramientas y estrategias consecuentes con un funcionamiento eficaz en la planificación, organización, dirección y control de actividades deportivas, así como en el desarrollo humano y social.

-P-

46. Prácticas corporales

Las prácticas corporales hacen referencia a aquellas actividades vinculadas al ámbito corporal que forman parte de las manifestaciones culturales. Incluyen técnicas, lenguajes y expresiones; además, configuran las culturas corporales humanas. Por tratarse de prácticas culturales, las prácticas corporales se transforman según los

contextos geográficos, históricos, sociales y culturales. Pueden presentarse de forma organizada y sistemática, o también de forma desestructurada, esporádica y espontánea (Carvalho, 2007; Betancourt y Jiménez, 2024; Gonzalez, 2015). Estas no se refieren únicamente a cualquier tipo de actividad física o movimiento humano; más bien, engloban aquellos movimientos humanos que forman parte de prácticas históricas y políticas que toman por objeto al cuerpo, que buscan el diálogo, la construcción social y la participación colectiva.

Las prácticas corporales son un referencial construido a partir de las ciencias humanas y sociales, con el objetivo de cuestionar el reduccionismo que ejercen sobre el cuerpo las ciencias biológicas (Betancourt y Jiménez, 2024). Según Carvalho (2007), las prácticas corporales son comprendidas como manifestaciones de la cultura corporal de un determinado grupo y traen consigo los significados que las personas le atribuyen. Además, contemplan las vivencias lúdicas y de organización cultural en torno a los deseos y necesidades de las personas.

Las prácticas corporales son un elemento esencial dentro de la gestión deportiva, ya que no solo aportan al desarrollo físico de los individuos, sino que también enriquecen el tejido social y cultural de las comunidades. Al reconocer y valorar el sentido social de las prácticas corporales, los gestores pueden crear entornos, planes y programas a partir del deporte social y la gestión social del deporte, que reflejen la diversidad y las necesidades de la población y promuevan entornos identitarios con transformaciones sociales significativas, mejorando así el bienestar y la salud de su población.

47. Políticas públicas deportivas

Las políticas públicas se pueden entender como las diferentes respuestas que un gobierno o régimen político da a los problemas que afectan a la sociedad. Las políticas públicas son “las sucesivas respuestas del Estado (del “régimen político” o del “gobierno de turno”) frente a situaciones socialmente problemáticas” (Vargas, 2012). De esta forma, se hace preciso entender que una política pública es un conjunto de acciones y decisiones gubernamentales destinadas a abordar problemáticas específicas, promoviendo de ese modo el bienestar de una comunidad. Dichas acciones y decisiones son formuladas, implementadas y evaluadas a través de leyes, decretos, ordenanzas, programas o planes estratégicos (Lera y Suárez 2019).

Esta definición sirve como punto de partida para estudiar y analizar las políticas públicas deportivas, permitiendo explorar más a fondo este campo de investigación y acción en el deporte.

Desde este marco, las políticas públicas deportivas pertenecen a una rama específica del sector deportivo, enfocada en su regulación dentro de una comunidad, municipio, departamento o incluso a nivel nacional. Su objetivo central es la incorporación del deporte como herramienta para la construcción de paz (Mindeporte, 2016). Así mismo, buscan fomentar la actividad física y el deporte en aras de contribuir a la mejora de la salud, la cohesión social, la educación y la calidad de vida de los individuos.

De la mano con la gestión deportiva, las políticas públicas deportivas pretenden garantizar una correcta administración de las diferentes organizaciones, establecimientos y programas deportivos, que se llevan a cabo para contribuir de manera significativa a la sociedad.

Desde un plano ideal, una correcta política deportiva debe ser diseñada e implementada buscando eficiencia y eficacia en la administración de los diversos recursos que dispone cada país y región, pretendiendo además elevar los estándares de calidad de vida de sus habitantes a través de la práctica física, deportiva o recreativa (Gracia, 2017).

No obstante, diversas problematizaciones emergen al cuestionar los distintos escenarios de construcción de estas políticas, en la medida en que son planteadas de manera vertical, es decir, concebidas por políticos, muchas veces influenciados por grupos de poder, como empresarios, sectores privados y organizaciones multilaterales. (Gracia, 2017)

Díaz et al. (2017) sostienen que los gobiernos deben asumir el compromiso de vincular a la población mediante diversos mecanismos de participación, en la medida en que advierten que los actores del deporte, tanto aficionados como practicantes, constituyen escenarios de participación en clubes y asociaciones. Desde allí, se coordinan actividades, muchas de ellas en diálogo permanente con federaciones nacionales e internacionales, hecho que refleja la capacidad de convocatoria y de gestión de eventos deportivos. Para los autores, solo un sistema deportivo democrático es capaz de reconsiderar su modelo de gestión pública, de modo que se potencien mecanismos de construcción de políticas públicas participativas, que confluyan en una política nacional deportiva. De esta manera, se favorece un pro-

ceso desde abajo hacia arriba, que permita visualizar y acoger las principales problemáticas que la propia población manifiesta.

Ante este panorama de construcción de una política nacional, conviene considerar problemáticas locales en la legitimación de esta participación democrática. En el análisis de una experiencia distrital en la ciudad de Bogotá, Gracia (2017) afirma que se requieren inúmeros esfuerzos para viabilizar dicho abordaje, por ejemplo, en la manera en que los funcionarios públicos consideran estos aportes ciudadanos, así como su capacidad para definir mecanismos colaborativos eficientes. Finalmente, recomienda desarrollar consultas ciudadanas con el objetivo de establecer mecanismos y formas de participación más robustos y eficientes.

-S-

48. Seguridad deportiva

La seguridad puede considerarse como un estado de ausencia de peligros y de condiciones que puedan provocar daño físico, psicológico o material en los individuos y en la sociedad en general (Benedetti, 2023). No existe un consenso respecto a lo que se entiende como seguridad, pues a lo largo de la historia han surgido diferentes definiciones de acuerdo con el contexto e ideologías en el que se desarrolla, por ejemplo, la seguridad deportiva.

Para tener más claridad, es preciso definir en primer lugar el concepto de seguridad. Esta es la cualidad de protección contra todo tipo de perjuicios, riesgos o amenazas que puedan afectar la integridad, la estabilidad y el bienestar de una persona, una sociedad o un Estado. Esta definición abarca la protección de diversos aspectos, como la seguridad física, económica, alimentaria, deportiva, entre otras. La seguridad se puede dar tanto a nivel personal, garantizando la protección y bienestar de una persona, así como a nivel colectivo, asegurando la estabilidad y defensa de una sociedad.

Ahora bien, la seguridad deportiva, en específico, se relaciona con la incorporación de medidas y prácticas enfocadas en la protección de la salud física, emocional y mental de los deportistas o participantes de actividades deportivas. Dicha seguridad vela por la prevención de lesiones y la creación de entornos seguros para la

práctica deportiva, pero también incluye la promoción de comportamientos seguros entre los deportistas, entrenadores y espectadores, fomentando la paz y la armonía en cualquier ambiente deportivo.

La gestión deportiva se encuentra estrechamente relacionada con la seguridad deportiva, toda vez que, al ser la gestión deportiva la encargada de planificar, organizar y promover eventos deportivos, debe garantizar la protección integral de los participantes y asistentes, es decir, no solo velar por las condiciones de salud, sino también fomentar una cultura pacífica entre todos los asistentes.

-T-

49. Territorio

Desde la perspectiva de la geografía, que busca problematizar las relaciones de poder y saber en un espacio, el territorio se comprende como la extensión territorial que sirve de escenario para las relaciones sociales. En este sentido, se define no solo como un espacio geográfico o el límite soberano de un Estado, sino como una red de vínculos. Para Delgado y Montañez (1998), el análisis del territorio es indispensable para comprender cómo se estructura la formación socioespacial del país, con miras a pensar las futuras realidades. Según los autores, podríamos entender el territorio un Estado, un espacio definido por los propietarios de la tierra rural o el establecido por los conjuntos residenciales cerrados de las ciudades, entre otros.

Desde esta mirada, el territorio se construye a través de la actividad espacial de diversos agentes, que actúan de acuerdo con diversos intereses. Dicha actividad espacial se comprende como una red de relaciones, actividades, conexiones y localizaciones en la actúa un agente, bien sea un individuo, una organización de poder o una empresa multinacional. Cabe anotar que dicha red desata fuertes desigualdades que determinan la apropiación del territorio, es decir, la construcción de lo que se entiende por territorialidad.

En este contexto, podemos encontrar, por ejemplo, el problema contemporáneo de la migración, que impacta la apropiación de periferias de las ciudades, desatando diferentes dinámicas de convivencia, como pobreza, violencia y acceso limitado a servicios públicos, entre otros. En el caso de Colombia, históricamente se han desa-

rollado procesos de territorialización o desterritorialización, derivados de las tensiones políticas entre diversos grupos de poder, entre los que encontramos al Estado, las guerrillas y los paramilitares. Por ende, hablar de territorio implica pensar en el espacio geográfico como objeto de diferentes disputas y tensiones políticas.

50. Turismo deportivo

Según Lisbona et al., (2008), el turismo deportivo es una práctica de desplazamiento a un destino con finalidades deportivas, ya sea de forma activa (competitiva), de forma pasiva (espectador) o con fines recreativos. Este tipo de turismo genera escenarios sociales ligados al desarrollo de la sociedad moderna, que marcan tendencias deportivas y turísticas, incorporando aspectos ecológicos, lúdicos, creativos y de comunidad. En este contexto, el deporte se concibe como un fenómeno social y como un atractivo complementario al desarrollo local, ya que promueve un sentido de identidad deportiva o permite identificar una tendencia cultural y turística deportiva.

El turismo deportivo representa una apuesta de desarrollo social que requiere diversas vertientes de análisis. Desde la dimensión económica, genera ingresos atendiendo a aspectos como alojamientos, alimentación, actividades deportivas y recreativas, y la oferta de productos locales. Además, posiciona al territorio como un centro de recepción de turistas vinculados con acontecimientos deportivos, en los que se busca que este tipo de actividades sean dinámicas y se valoren en torno a la utilidad económica y social que generan.

Desde la dimensión social y cultural, favorece la interacción entre diversas culturas, impulsa el surgimiento de comunidades apasionadas por el deporte y fortalece la creación de identidades colectivas que contribuyan a intercambios sociales significativos. Igualmente, promueve la diversidad cultural y enriquece de las tradiciones locales a través del intercambio de conocimientos, prácticas y expresiones.

Desde la dimensión ambiental y sostenible, apunta a minimizar el impacto ecológico, fomentar a la conservación del territorio y fortalecer de la conciencia ambiental entre los visitantes y residentes.

El turismo deportivo, en sus diferentes modalidades, se ha convertido en un elemento destacado de las políticas de desarrollo. Sin embargo, se presenta como una realidad compleja, cambiante y multidimensional, de difícil

evaluación. A pesar de que en su imagen subyacen unos supuestos valores deportivos higienizantes, modernizadores, saludables y sostenibles, la implantación del mismo presenta tensiones todavía no resueltas. (Lisbona et al., 2008, p. 12)

En el ámbito de la gestión deportiva, el turismo deportivo se define como un segmento especializado del turismo y se considera un fenómeno deportivo que ofrece aspectos positivos y diversas estrategias para mejorar la calidad de vida de la población. También contribuye a la promoción y diversificación de ofertas turísticas, y a la creación de sinergias entre los sectores público y privado. La planificación adecuada de eventos deportivos, la infraestructura deportiva de calidad y la promoción efectiva son aspectos clave para aprovechar al máximo el potencial del turismo deportivo en una región determinada.

-V-

51. Violencias en el deporte

Las violencias en el deporte han sido objeto de variadas miradas académicas, que van desde la psicología hasta análisis antropológicos y sociológicos. Sin embargo, también han sufrido tergiversaciones por parte de discursos y relatos no académicos. Alabarces (1998) observa que este fenómeno de distorsión proviene de diversos discursos periodísticos y políticos, los cuales recurrentemente caen en estigmatizaciones, en su mayoría sobre “jóvenes inadaptados”, hecho que da cuenta de una “mediocrización” del debate público y de un vacío de conocimiento.

Para el autor, la violencia en el deporte puede tener su origen en múltiples causas, entre ellas el racismo y la discriminación que difunden dichos medios. Este hecho que ha sido corroborado en otros estudios, como el de Barrero (2007), quien enfatiza que los efectos del lenguaje, así como la forma de escribir, el estilo empleado y los hechos destacados en crónicas y reportajes, pueden dirigir las acciones, los sentimientos o las intenciones de los lectores. A eso puede sumársele en la actualidad la influencia que ejercen las redes sociales, desde donde constantemente se generan informaciones sesgadas sobre determinados hechos deportivos.

Desde otro enfoque, diversos estudios realizados por Elias y Dunning (1992), con una lente sociológica, histórica y política de larga duración, es decir, contemplan-

do varios siglos, sostienen que el deporte, tal y como lo conocemos hoy, ha sido parte de un conjunto de progresivas transformaciones denominadas civilizatorias. Estas incluyen la monopolización del poder del Estado y el crecimiento de la división social del trabajo, entre otros factores, hechos que han conducido a formas de autocontrol de las emociones ligadas al tiempo libre y las prácticas deportivas. A este respecto, la aparición de las reglas permitió que la violencia practicada durante guerras se reconfigurara paulatinamente en el interior de los nacientes confrontamientos deportivos.

Conocer estas transformaciones es importante, ya que permiten revelar un aspecto importante del deporte desde el punto de vista agonístico (combate). Dicho enfoque ha contribuido a la construcción de nuestras sociedades modernas, revelando esto otra comprensión del fenómeno de la violencia.

Ya desde las prácticas específicas donde emergen la violencia y el conflicto, Alabarces (1998) encuentra como causa la desesperación que experimentan jóvenes de clases populares ante determinados procesos de exclusión, pobreza, desempleo, entre otros, reivindicando la violencia como un modo de llamar la atención. Al respecto, Alabarces (1998) describe que la violencia en el deporte puede comprender:

[...] acciones organizadas y protagonizadas por barras bravas; enfrentamientos clásicos entre rivales por la disputa de una supremacía simbólica; reacción frente a una «injusticia» deportiva que suponga la reposición imaginaria de un estado de justicia ideal; acciones producidas por –o en respuesta a– la violencia policial; acciones producidas por agentes derivados de la privatización del monopolio estatal legítimo de la violencia (seguridad privada, ciudadanos armados, etc.); acciones violentas que sólo poseen relación geográfica con el espectáculo deportivo, pero que no hallan en él ningún principio de causalidad; acciones de sujetos patologizados. (p. 11)

Patierno y Kopelovich (2021) concluyen que el deporte, y prácticas específicas como el fútbol, no son violentos en sí mismos, sino que cobran una importancia histórica en el advenimiento de nuestras sociedades modernas. Sin embargo, ciertas representaciones de violencia mediatizadas por los medios de comunicación y las redes sociales diseminan discursos hegemónicos que acaban imponiéndose a través de estigmatizaciones y represiones, a favor de determinados intereses económicos y políticos, entre otros.

Para el gestor deportivo, cobra importancia reconocer esta múltiple configuración del deporte, de modo que construya, para sí y para el territorio en el cual actúa, una concepción más informada acerca de la importancia de una práctica de reproducción social tan efectiva como el deporte.

REFERENCIAS

- Acosta, R. (1999). *Gestión y administración de organizaciones deportivas*. Barcelona. Paidotribo.
- Adorno, T. (1967). La industria cultural. En *La industria cultural* (pp. 7-20). Galerna. <https://arteymedios.wordpress.com/wp-content/uploads/2008/02/adorno-1967-la-industria-cultural.pdf>
- Alabarces, P. (1998). ¿De qué hablamos cuando hablamos de deporte? *Revista Nueva Sociedad*, (154), 74-86. https://static.nuso.org/media/articles/downloads/2669_1.pdf
- Alabarces, P. (2021). El fútbol y el deporte como política: La Fundación Simoni. En *Vinte anos de diálogos: os esportes na antropologia brasileira* (pp. 97-104). ABA Publicações.
- Alatue, (2020). Deporte, globalización, neoliberalismo, política pública y poder. Papel del deporte en el retorno del proyecto neoliberal. *Saberes Andantes*, 3(7), 175-178. <https://doi.org/10.53387/sa.v3i7.69>
- Añorve, D., y Flores Palafox, J. G. (2021). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible dentro del deporte social latinoamericano: Una organización-metodología desde México. *Cuadernos Del Claeh*, 40(114), 245-265. <https://doi.org/10.29192/claeh.40.2.15>
- Aznar Minguet, P., y Barrón Ruiz, Á. (2017). El desarrollo humano sostenible: Un compromiso educativo. *Teoría de la Educación: Revista Interuniversitaria*, 29(1), 25-53. <http://digital.casalini.it/10.14201/teoredu20172912553>

- Balboa García, M. (2021). Mercantilización y género en el deporte. *EmásF: revista digital de educación física*, (70), 80-14. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7892337>
- Barrero Muñoz, J. (2007). El tratamiento de la violencia en el fútbol por la prensa deportiva. *Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, (5), 141-157. <https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/1325>
- Bauman, Z. (2007). *Consuming life*. En Z. Bauman, *Consuming life*. Polity Press.
- Belén del Río, A., Vázquez, R. y Iglesias, V. (2001). Los efectos de las asociaciones de marca en la respuesta del consumidor. *Journal of Consumer Marketing*, 18(5), 410-425. <https://doi.org/10.1108/07363760110398808>
- Belén del Río, A., Vázquez, R. y Iglesias, V. (2002). El valor de marca: Perspectivas de análisis y criterios de estimación. *Cuadernos de Gestión*, 1(2), 87-102. https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/6997/CdG_125.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Benedetti, A. (dir.) (2023). *Palabras clave para el estudio de las fronteras* (2° ed.). TeseoPress. <https://www.teseopress.com/palabrasclavefronteras>
- Betancourt Delgado, S., y Jiménez Muñoz, J. A. (2024). Práticas corporais e saúde móvel: Refletindo sobre uma experiência com mulheres gestantes. *Retos: nuevas perspectivas de educación física, deporte y recreación*, (53), 316-322.
- Blanco Callejo, M., y Forcadell Martínez, F. J. (2006). El Real Madrid Club de Fútbol: La aplicación de un modelo empresarial a una entidad deportiva en España. *Universia Business Review*, (11), 36-61.
- Bourdieu, P. (1997). La esencia del neoliberalismo. *Revista colombiana de educación*, (35). <https://doi.org/10.17227/01203916.5426>
- Briceño, J. (2002). *Mi casa de los dioses*. Editorial Universidad de Los Andes, Ediciones del Vicerrectorado Académico.

- Britapaz Avarez, L., y Del Valle Díaz, J. (2015). Significado del deporte en la dimensión social de la salud. *Salus*, 19(Supl. Supl), 28-33. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-71382015000400006&lng=es&tlng=es
- Brohm, J. M. (1982). *Sociología política del deporte*. Fondo de Cultura Económica. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5206602>
- Brohm, J. M., y Ollier, F. (2019). El deporte como arma de distracción masiva. *Revista Española de Sociología*, 28(3), 429-443. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2019.09>
- Cagigal, J. M. (1981). *¡Oh Deporte!: Anatomía de un gigante*. Editorial Miñón. https://villaeducacion.mx/descargar.php?idtema=1292&data=154abb_oh-deporte.pdf
- Canto, J. (1994). *Psicología social e influencia: Estrategias del poder y procesos de cambio*. Ediciones Aljibe.
- Cardona Mejía, L. M., y Padierna Cardona, J. C. (2021). Administración y gestión deportiva: dimensiones teóricas para el diseño de programas académicos. *Latin American Journal of Sport Management*, 5(2), 16-43.
- Cardona Mejía, L., y Cardona Ramírez, S. (2020). Tendencias y retos en la gestión de organizaciones deportivas: Perspectivas en Colombia. *SPORT TK: Revista Euroamericana de Ciencias del Deporte*, 10(1), 59-66. <https://revistas.um.es/sportk/article/view/461671/298491>
- Carvalho, Y. M. (2007). Práticas corporais e comunidade: um projeto de educação física no Centro de Saúde Escola Samuel B. Pessoa. En A. B. Fraga y F. Wachs (eds.), *Educação física e saúde coletiva: políticas de formação e perspectivas de intervenção* (pp. 63-72). UFRGS Editora.
- Cecchini, S. (2005). *Indicadores sociales en America Latina y el Caribe*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5807>

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (s. f.). *Acerca de innovación social*. [https://www.cepal.org/es/temas/innovacion-social/acerca-innovacion-social#:~:text=La %20CEPAL %20defini %C3 %B3 %20 la %20innovaci %C3 %B3n,la %20poblaci %C3 %B3n %20de %20la %20 regi %C3 %B3n](https://www.cepal.org/es/temas/innovacion-social/acerca-innovacion-social#:~:text=La%20CEPAL%20defini%C3%B3n%20la%20innovaci%C3%B3n,la%20poblaci%C3%B3n%20de%20la%20regi%C3%B3n)
- Corporación Ciudad Accesible. (2010). *Manual de accesibilidad universal: Ciudades y espacios para todos*.
- Curi, M., Garriga, J., y Levoratti, A. (2018). Deporte(s) y antropología: Enfoques, objetos y prácticas. Repensando sus configuraciones en Suramérica. *Antipoda. Revista de Antropología y Arqueología*, (30), 1-16. <https://doi.org/10.7440/antipoda30.2018.01>
- da Cunha Bastos, F. (2003). Administração Esportiva: área de estudo, pesquisa e perspectivas no Brasil. *Motrivivência*, (20-21), 295-306.
- Decreto 1007 de 2012 (16 de mayo), por el cual se expide el Estatuto del Aficionado al Fútbol en Colombia. *Diario Oficial* 48432.
- Decreto 1228 de 1995 (18 de julio), por el cual se revisa la legislación deportiva vigente y la estructura de los organismos del sector asociado con objeto de adecuarlas al contenido de la Ley 181 de 1995. *Diario Oficial* 41.933.
- Delgado Mahecha, O. y Montañez Gómez, G. (1998). Espacio, territorio y región: Conceptos básicos para un proyecto nacional. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 7(1-2), 120-134. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/rcg/article/view/70838>.
- Díaz, Á. J. (2017). La importancia de la participación ciudadana en la formulación de las políticas públicas en la actividad física y el deporte en Bogotá, D. C. *Revista digital: Actividad Física y Deporte*, 3(1), 5. <https://doi.org/10.31910/rda-fd.v3.n1.2017.358>
- Diez, J. I., Gutiérrez, R. R., y Pazzi, A. (2013). ¿De arriba hacia abajo o de abajo hacia arriba? Un análisis crítico de la planificación del desarrollo en América Latina. *Geopolítica(s): revista de estudios sobre espacio y poder*, 4(2), 199-235.

- Dorado Suárez, A. (2008, 5-6 de junio). *La gestión del deporte a través de la calidad. El compromiso de las organizaciones deportivas para el siglo XXI* [Conferencia]. VI Congreso AGESPORT Andalucía “Herramientas en la gestión deportiva actual”, Sevilla, España. https://deporteparatodos.com/imagenes/documentacion/ficheros/20090115155757La_gestion_deporte.pdf
- Duarte Bajaña, R. (2011). Fundamentación del deporte social comunitario a partir de las categorías bioéticas: Una opción hacia el mejoramiento de la calidad de vida que trasciende el deporte moderno. *Deporte, pedagogía y cultura*, 2(16). <https://doi.org/10.17227/ludica.num16-1353>
- Easton, D. (1999). *Esquemas para el análisis político*. Amorrortu.
- Elias, N. y Dunning, E. (1992). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. Fondo de Cultura Económica.
- Estefanía, J. (2001). *La nueva economía la globalización*. Editorial Debolsillo.
- Fonseca, I., Bernate, J., y Cabanzo, C. (2024). Medición de la Responsabilidad Social Corporativa en organizaciones deportivas: Desarrollo y validación de escala, estudio piloto. *Retos*, 53, 58–68. <https://doi.org/10.47197/retos.v53.101720>
- Foucault, M. (2007). *Nacimiento de la biopolítica*. (1ª ed.). Fondo de Cultura Económica.
- Gamonales, J. M., León, K., Moñino, J. F., Mancha-Triguero, D., y Muñoz-Jiménez, J. (2022). Eventos deportivos inclusivos en edad escolar, adultos y mayores: revisión sistemática. *Retos*, 45, 1031-1040. <https://doi.org/10.47197/retos.v45i0.93533>
- García Dumenes, M. (2018). El deporte como espacio educativo: Aportes y alcances de la formación en ciudadanía deportiva en Chile. *Castalia: Revista de Psicología de La Academia*, (30), 79-90. <https://doi.org/10.25074/07198051.30.919>
- García Martín, M. Á. (2002). El bienestar subjetivo. *Escritos de Psicología*, 1(6), 18-39. <https://doi.org/10.24310/espsiescpsi.vi6.13409>

- Garriga, J., y Levoratti, A. (2017). Etnografía, “deporte” y políticas públicas: ¿Para qué sirve el enfoque etnográfico? *Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro*, **13**(1), 5-21. <http://hdl.handle.net/11336/77581>
- Garriga, J., y Levoratti, A. (2015). Antropología y deporte: Una unión consolidada y sus futuros desafíos. *Esporte e Sociedade*, **10**(24), 1-11 <https://periodicos.uff.br/plugins/generic/pdfJsViewer/pdf.js/web/viewer.html?file=https%3A%2F%2Fperiodicos.uff.br/sociedade%2Farticle%2Fdownload%2F49296%2F28664%2F168458>
- Gil Lugo, J. (2021). Actividades deportivas de calle como medio para la paz y la convivencia comunitaria. *Actividad física y ciencias*, **13**(1). 146-164. <https://revistas.upel.edu.ve/index.php/actividadfisicayciencias/article/view/1453>
- González-Serrano, M. H., Valantine, I., y Crespo, J. (2014). La investigación sobre emprendimiento en el ámbito deportivo: Revisión de los documentos publicados en la WOS. *Journal of Sports Economics & Management*, **4**(1), 55-66.
- González Ulloa, E., Chaparro Hurtado, H. R. y Guzmán, Ariza, C. M. (2022). Políticas públicas del deporte local y seccional en el departamento del Meta (Colombia): Revisiones preliminares desde el deporte social. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, **18**(34). <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v18i34.3983>
- Gonzalez, F. J. (2015). Práticas corporais e o Sistema Único de Saúde: Desafios para a intervenção profissional. En I. Gomes, A. B. Fraga y Y. M. Carvalho (eds.), *Práticas corporais no campo da saúde: Uma política em formação* (pp. 135-161). Rede Unida.
- Gudynas, E. (2011). Buen vivir: Germinando alternativas al desarrollo. *América Latina En Movimiento (ALAI)*, (462), 1-20. <https://www.gudynas.com/publicaciones/articulos/GudynasBuenVivirGerminandoALAI11.pdf>
- Gutiérrez, F. J. (1996). Administración deportiva. *Educación Física y Deporte*, **18**(2), 101-107.
- Hernández, F. (2000). L'esport per atendre la diversitat: Esport adaptat i esport inclusiu. *Apunts. Educació Física i Esports*, **2**(60), 46-53. <https://raco.cat/index.php/apuntsefd/article/view/306962>

Hijos, Nemesia (2021) Runners: una etnografía en una plataforma de entrenamiento de Nike. Buenos Aires: Editorial Gorla. *Sociología Del Deporte*, 3(1), 83–86. <https://doi.org/10.46661/socioldeporte.6872>

Keller, K. L., y Kotler, P. (2012). *Marketing management* (14° ed.). Pearson.

Lera López, F., y Suárez Fernández, M. J. (2019). Práctica deportiva y políticas públicas en el deporte en España. *Papeles de Economía Española*, (159), 226-240.

Levoratti, A. y Zambaglione, D. (2015). *La recreación y el deporte social como medio de inclusión*. Berazategui: Engranajes de la cultura.

Ley 181 de 1995 (18 de enero), por el cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo. *Diario oficial* 41.679.

Lisbona, M., Medina, F. X., y Sánchez, R. (2008). El turismo deportivo: visiones críticas sobre posibilidades de desarrollo local en España y México. En L. Cantero, F. X. Medina y R. Sánchez (coords.), *Actualidad en el deporte: investigación y aplicación* (pp. 165-179). Ankulegi Antropología Elkarte.

Londoño Jaramillo, Á. M., y Pinilla Sepúlveda, V. E. (2017). El barrismo social de Hinchas por Manizales: Una práctica política y ciudadana. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (16), 73-88. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2009.n16-05>

López-Carril, S., Villamón, M., y Añó, V. (2019). Conceptualización de los medios sociales: Oportunidades para la gestión del deporte. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, (36), 578-583.

Machado, E. C. G. (2021). *Prácticas juveniles y contexto socioeducativo en estudiantes de educación superior*. Editorial UABC.

Martins, F. H. (2020). Educación física y deporte: Saberes corporales, género y colonialidad. *Educación Física y Ciencia*, 22(4), e152. <https://doi.org/10.24215/23142561e152>

Max-neef, M. (2009). Desarrollo a escala humana: Una opción para el futuro. *Oikos*, (7), 53-66. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/oikos/article/view/1069>

- McPherson, B. D., Loy, J. W., y Curtis, J. E. (1989). *The social significance of sport: An introduction to the sociology of sport*. Human Kinetics.
- Méler y de Ugarte, J. L. (2004). Historia de la globalización. *Boletín de Información*, 282.
- Méndez Rial, B. (2014). Evolución de la gestión del deporte en el territorio español: Síntesis. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, (26), 134-137.
- Mendoza Gil, W. (2016). *Deporte globalizado/Deporte en la globalización. La continuidad y discontinuidad del deporte profesional capitalista: realidades y perspectivas*. Espacio Abierto, 25(2), 83-97.
- Mény, Y., y Thoenig, J. C. (1992). *Las políticas públicas*. Ariel.
- Ministerio del Deporte [Mindeporte]. (2016, 5 de abril). *El deporte, una herramienta estratégica para el desarrollo y la paz*. [Noticia]. Ministerio del Deporte. <https://www.mindeporte.gov.co/sala-prensa/noticias-mindeporte/deporte-herramienta-estrategica-para-desarrollo-paz>
- Ministerio del Deporte [Mindeporte]. (2025, 1 de abril). *Deporte Social Comunitario*. [Página web]. Ministerio del Deporte. <https://www.mindeporte.gov.co/mindeporte/quienes-somos/dependencias/direccion-fomento-desarrollo-deporte-social-comunitario>
- MEN (2011). Ministerio de Educación - La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos: orientaciones generales.
- Montero Quesada, J. G. (2013). El audiovisual histórico cultural en la formación de la identidad deportiva. *EFDeportes.com, Revista Digital*, 18(187).
- Moragas Spà, M. de. (1994). Sinergías crecientes. En TELOS 38: Deporte y medios de comunicación (pp. 1-7). Revista TELOS. <https://telos.fundaciontelefonica.com>
- Moya López, D., y Oliveira, J. S. de. (2022). El deporte como industria cultural en auge. Poder y concentración. El caso de City Football Group. *ZER: Revista*

De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria, 27(53), 213-233. <https://doi.org/10.1387/zer.23810>

Muller P., Jolly, J. y Vargas, C. S. (2010). Las políticas públicas (1° ed.). Universidad Externado de Colombia. <https://doi.org/10.2307/j.ctv31zqdr>

Muñoz, J. A. J., y Martins, C. J. (2020). Educação Física como tecnologia política dos corpos: demarcando o problema. *Brazilian Journal of Development*, 6(12), 99818-99832. <https://doi.org/10.34117/bjdv6n12-463>

Murcia Peña, N., y Lopera Ocampo, L. T. (2021). Cultura deportiva: El deporte como creación imaginaria. *Impetus*, 10(1), 47-58. <https://doi.org/10.22579/20114680.409>

Naciones Unidas. (1966, 16 de diciembre). *Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales* [Conferencia]. Asamblea General de las Naciones Unidas, Nueva York, EE. UU. <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-economic-social-and-cultural-rights>

Neale, W. C. (1964). The peculiar economics of professional sports. *The quarterly journal of economics*, 78(1), 1-14.

Ordóñez, A. (2011). Género y deporte en la sociedad actual. *Polémika*, 3(7). <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/polemika/article/view/404/523>

ONU (2010). Organización de las Naciones Unidas para la Educación. *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. Unesco.

Ortega Luna, I. D., Ortiz Hernández, M. A., Cervantes Olivares, C. M., y Rodríguez Ibaigüé, L. F., (2021). Accesibilidad al entorno físico en instalaciones de acondicionamiento para personas con discapacidad física: una revisión integradora. *Revista Ciencias de La Salud*, 19(1), 53-73. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/revsalud/a.10151>

Ortega, N., Serrano, J. F., Redondo, R., y Rosa, D. (2009). Servicio de valoración de la seguridad y accesibilidad de instalaciones deportivas. *Revista de Biomecánica*, 51, 13-15.

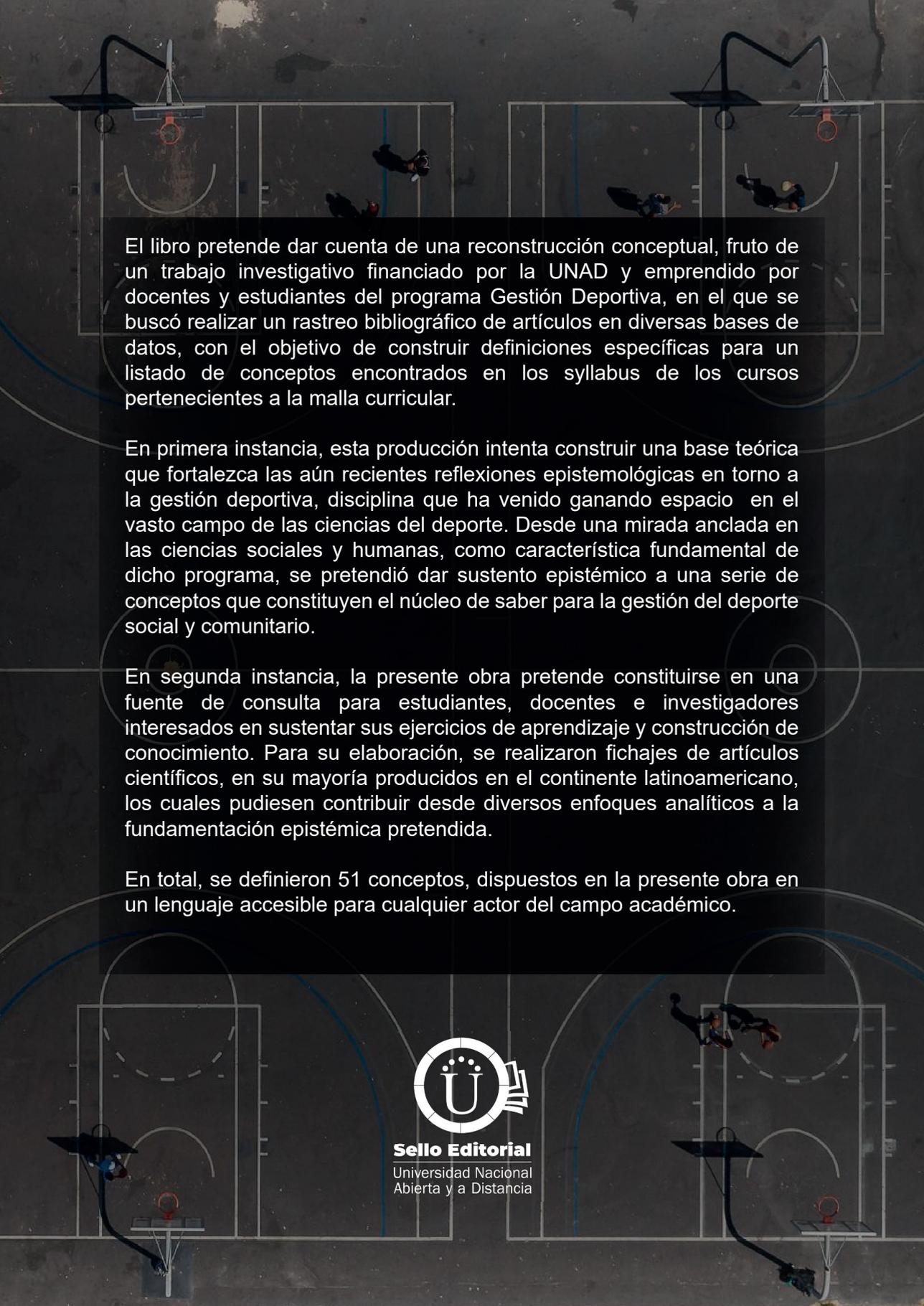
- Pardey Becerra, H., Galeano Yunda, J., y Blanco Sánchez, A. (2001). *La ciudad de los fanáticos: Aproximación al fenómeno de las barras de fútbol locales Barón Rojo Sur y Frente Radical Verdiblanco entre los años 1999-2001*. Universidad del Valle.
- Patierno, N., y Kopelovich, P. (2021). Deporte, violencia y masculinidad en Norbert Elias y Eric Dunning: Una lectura orientada al ámbito escolar. *Ensayos pedagógicos*, 16(1), 17-40. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.15669/pr.15669.pdf
- Pérez Flores, A. M. y Muñoz Sánchez, V. M. (2018). Deporte, cultura y sociedad: Un estado actual de la cuestión. *Revista de humanidades*, (34), 11-38.
- Pérez-González, B., García-Unanue, J., Sánchez-Sánchez, J., Sánchez-Burón, A., y Burillo, P. (2018). Análisis del comportamiento psicoeconómico del consumidor habitual de productos deportivos. *Retos*, 33, 267-272. <https://doi.org/10.47197/retos.v0i33.54315>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD]. (1994) *Informe desarrollo humano 1994*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. <https://derechoalaconsulta.files.wordpress.com/2012/02/pnud-informe-1994-versic3b3n-integral.pdf>
- Puttini, R. F., Manfiolete, L. D., Muñoz, J. Á. J., da Silva, C. S., Higa, C. L., Bersi, R. M., y Guimarães, A. B. F. (2016). Humanities in the field of Motricity Human. *Motricidade*, 12(3), 2-5.
- Quevedo Pascual, Y., y Montero Quesada, J. G. (2020). Estrategia de orientación educativa de la identidad deportiva para la carrera de Cultura Física. *Revista Didasc@ lia: Didáctica y Educación*, 11(1), 260-277.
- Quitán Roldán, D. L. (2013). Deporte y modernidad: caso Colombia. Del deporte en sociedad a la deportivización de la sociedad. *Revista Colombiana de Sociología*, 36(1), 19-42.
- Ramírez Perdiguero, F. J. (2009). Redefinición del concepto deporte como producto de intercambio. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (20), 1-39. <https://doi.org/10.15198/seeci.2009.20.1-39>

- Ramírez-Marrero, F. A., del Rosario Martínez, L., y Nazario, N. (2002). Equidad en el deporte y en la educación física. *Reduca: Revista de Educación de Puerto Rico*, 36(1), 55-71.
- Rivera, C. E. (2020). Integración social para personas con discapacidad a partir de actividad física, recreación y deporte adaptado del programa Calintegra de la secretaría del deporte y la recreación de Santiago de Cali en el período 2016 -2019
- Rocha, C. M., y Bastos, F. da C. (2011). Gestão do esporte: definindo a área. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, 25(spe), 91-103. <https://doi.org/10.1590/s1807-55092011000500010>
- Roche, F. P. (2007). *La planificación estratégica en las organizaciones deportivas* (vol. 26). Editorial Paidotribo.
- Rodríguez, P. (2012). La economía del deporte. *Studies of Applied Economics*, 30(2), 387-418.
- Rozo Rondón, K. D. (2014). Imaginar la nación: “5-0”, veinte años de monumentalización. *Desbordes: Revista de investigaciones de la escuela de ciencias sociales*, 5, 28-38.
- Rozo Rondón, K. D., Porras Ramírez, A., Bolívar Silva, O. D., y Castro, J. A. (2022). La gestión deportiva en Latinoamérica: Horizonte epistemológico y perspectivas actuales. *Retos*, 46, 1015-1021. <https://doi.org/10.47197/retos.v46.92540>
- Ruiz, J. (2017). Balance sobre la historiografía del deporte en Colombia: Un panorama de su desarrollo. *Materiales para la historia del deporte*, (15), 24-44.
- Sánchez Lopera, A., y Arenas, L. F. (2022). Barras futboleras, pasiones y capital en Colombia. *Palimpsesto*, 12(21), 87-110. <https://doi.org/10.35588/pa.v12i21.5718>
- Sancho, J. A. M. (2013). Componentes de la gestión deportiva: Una aproximación. *VIREF Revista de Educación Física*, 2(2), 1-19. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/viref/article/view/15775>
- Sanz Gil, J. J. (2017). Una aproximación a las dificultades del deporte femenino en la alta competición: Hacia la equidad e igualdad. *Revista de la Asociación*

- Científico-Cultural en Actividad Física y Deporte (ACCAFIDE)*, 18(1), 29-36. <https://www.accionmotriz.com/index.php/accionmotriz/article/view/101/97>
- Sanz Rivas, D., y Reina Vaíllo, R. (2013). *Actividades físicas y deportes adaptados para personas con discapacidad*. Paidotribo.
- Sarremejane, Ph. (2016). Los tres niveles de instrumentalización del deporte de alto nivel: Implicaciones éticas. *Fair Play: Revista de Filosofía, Ética y Derecho del Deporte*, 4(1), 101-128.
- Sauerbronn, J., y Ayrosa, E. (2004). Valores de consumo: Explorando a práctica e o consumo de esportes. *Revista Interdisciplinar de Marketing*, 3, 5-21.
- Serrano, J. A. (1992). Una concepción social del deporte. El deporte para todos. Apunts. Educación física y deportes.
- Sazatornil Pinedo, P. (2013). *La integración del alumnado con discapacidad visual en Secundaria a través de la Educación Física: Una propuesta de taller de sensibilización hacia la ceguera* [trabajo de grado de maestría]. Universidad de Cantabria.
- Silveira Pérez, Y., Sanabria Navarro, J. R., Guillén Pereira, L., Mediavilla Ruiz, H. R., Mediavilla Ruiz, C. P., y Armas Castañeda, N. P. (2022). Economía circular: un reto para las instituciones deportivas latinoamericanas. *Retos*, 44, 309-318. <https://doi.org/10.47197/retos.v44i0.90901>
- Tafalla, A.M. y Mestre, J.A. (2005) La importancia del Gestor deportivo en el municipio. Barcelona: INDE
- Terrazas Pastor, R. A. (2009). Modelo conceptual para la gestión de proyectos. *Perspectivas*, (24), 165-188 <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942160009.pdf>
- Tejado, J. (2008). “Los Juegos Olímpicos y la TV”. Revista Reforma, Negocios.
- Thompson, J. B. (1993). *El concepto de cultura: Ideología y cultura moderna*.
- Triado, X. M. (2003, 24-26 de octubre). El marketing en la gestión deportiva [Ponencia]. XI Encuentro Provincial de Deporte Municipal, Islantilla, España.

- Tuñón, I., Laiño, F., y Castro, H. (2014). El juego recreativo y el deporte social como política de derecho: Su relación con la infancia en condiciones de vulnerabilidad social. *Educación Física y Ciencia*, **16**(1), 1-16. http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.6290/pr.6290.pdf
- Unesco. (2015). Carta Internacional de la Educación física, la actividad física y el deporte (SHS/2015/PI/H/14 REV.). Unesco. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000235409_spa
- Unicef, INDER y MINED. (2019, enero). *Igualdad, inclusión y diversidad en el deporte: Jugar y practicar deportes en un entorno seguro e inclusivo es un derecho de cada niño, niña y adolescente*. UNICEF.
- Unisport. (2022). *El liderazgo efectivo deportivo: El reto de la gestión deportiva profesional*. <https://unisport.es/liderazgo-deportivo/>
- Universidad Nacional Abierta y a Distancia [UNAD]. (2017). *Gestión Deportiva*. Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades UNAD. <https://estudios.unad.edu.co/gestion-deportiva>
- UN Women. (2022). Plan estratégico de ONU Mujeres 2022–2025. <https://www.unwomen.org/es/un-women-strategic-plan-2022-2025>
- Valdemoros San Emeterio, M. Á., Ponce de León Elizondo, A., Sanz Arazuri, E., y Ramos Echazarreta, R. (2008 , 2-5 de abril). Valores para la convivencia en los adolescentes desde las experiencias de ocio físico-deportivo [Ponencia]. IV Congreso Internacional y XXV Nacional de Educación Física: “Los hombres enseñando aprenden”, Universidad de Córdoba, Córdoba, España.
- Vargas, C. E. (2007). Perspectivas y enfoque amplio para la gestión del deporte, la educación física/deporte escolar y el tiempo libre/recreación. *Entramado*, **3**(2), 54-66.
- Vargas, C. S. (2012). La definición de Política Pública. *Bien común*, **18**, 47-52. https://proyectos.javerianacali.edu.co/cursos_virtuales/posgrado/maestria_asesoria_familiar/proyectos_l/m%C3%B3dulo%202/C_Salazar.pdf
- Vázquez, F. J. H. (2000). El deporte para atender a la diversidad: Deporte adaptado y deporte inclusivo. *Apuntes. Educación física y deportes*, **60**, 46-53.

- Verdugo, M. A., Schalock, R. L., Arias, B., Gómez, L., y Jordán de Urríes, B. (2013). Calidad de vida. En M. A. Verdugo y R. L. Schalock (coords.), *Discapacidad e inclusión manual para la docencia*, (pp. 443-461). Amarú Ediciones.
- Vieira, R. N. (2010). *Cidadania esportiva: Uma possibilidade na educação física* [Tesis de pregrado, Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP]. Repositório Institucional da UNICAMP. <https://repositorio.unicamp.br/>
- Vilaça, M, Gawryszewski, B, & Palma, A. (2014). Crítica à panaceia pedagógico-desportiva. *Educação e Filosofia*, 28(55), 169-198.



El libro pretende dar cuenta de una reconstrucción conceptual, fruto de un trabajo investigativo financiado por la UNAD y emprendido por docentes y estudiantes del programa Gestión Deportiva, en el que se buscó realizar un rastreo bibliográfico de artículos en diversas bases de datos, con el objetivo de construir definiciones específicas para un listado de conceptos encontrados en los syllabus de los cursos pertenecientes a la malla curricular.

En primera instancia, esta producción intenta construir una base teórica que fortalezca las aún recientes reflexiones epistemológicas en torno a la gestión deportiva, disciplina que ha venido ganando espacio en el vasto campo de las ciencias del deporte. Desde una mirada anclada en las ciencias sociales y humanas, como característica fundamental de dicho programa, se pretendió dar sustento epistémico a una serie de conceptos que constituyen el núcleo de saber para la gestión del deporte social y comunitario.

En segunda instancia, la presente obra pretende constituirse en una fuente de consulta para estudiantes, docentes e investigadores interesados en sustentar sus ejercicios de aprendizaje y construcción de conocimiento. Para su elaboración, se realizaron fichajes de artículos científicos, en su mayoría producidos en el continente latinoamericano, los cuales pudiesen contribuir desde diversos enfoques analíticos a la fundamentación epistémica pretendida.

En total, se definieron 51 conceptos, dispuestos en la presente obra en un lenguaje accesible para cualquier actor del campo académico.



Sello Editorial

Universidad Nacional
Abierta y a Distancia