



Etnoargumentos y discursos comunes en torno a un megaevento deportivo. La 32ª America's Cup vista por la sociedad anfitriona

Ramón Llopis-Goig



Edición electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/horizontes/199>
ISSN: 1806-9983

Editor

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Edición impresa

Fecha de publicación: 18 septiembre 2013
Paginación: 231-252
ISSN: 0104-7183

Referencia electrónica

Ramón Llopis-Goig, « Etnoargumentos y discursos comunes en torno a un megaevento deportivo. La 32ª America's Cup vista por la sociedad anfitriona », *Horizontes Antropológicos* [En línea], 40 | 2013, Puesto en línea el 28 octubre 2013, consultado el 20 abril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/horizontes/199>

ETNOARGUMENTOS Y DISCURSOS COMUNES EN TORNO A UN MEGAEVENTO DEPORTIVO. LA 32ª AMERICA'S CUP VISTA POR LA SOCIEDAD ANFITRIONA

Ramón Llopis-Goig

Universidad de Valencia – España

Resumen: Entre 2004 y 2007, se celebró en Valencia, España, la 32ª edición de la America's Cup, el evento deportivo más antiguo, el más prestigioso del mundo de la vela y uno de los de mayor impacto económico y mediático que existe en la actualidad a escala internacional. Aunque era la primera vez en que tal evento se celebraba en Europa los resultados fueron unánimemente considerados como un éxito de organización, asistencia y audiencias. Este artículo aborda un aspecto menos explorado de los megaeventos deportivos: las percepciones que sobre el mismo elaboraron los propios residentes. Para ello se realizó una investigación cualitativa –consistente en veinte entrevistas– que ha permitido identificar los argumentos y discursos en torno a esta edición de la America's Cup.

Palabras clave: America's Cup, investigación cualitativa, megaeventos deportivos, percepciones de los residentes.

Abstract: Between 2004 and 2007, it was celebrated at the city of Valencia, Spain, the 32nd edition of the America's Cup, the oldest sport event, the most prestigious in sailing world and one of those of major economic and media impact that exists nowadays at international level. Although it was the first time in which such event was celebrated in Europe, the outcomes were unanimously considered to be a success of organization, attendance and audiences. This article addresses one of the less explored aspects of sport mega-events, which is the residents' perception about their influence and consequences in the host society. For that it has been carried out a qualitative research –consisting in twenty interviews–, that has contributed to identify the arguments and discourses regarding this edition of the America's Cup.

Keywords: America's Cup, qualitative research, resident's perceptions, sport mega-events.

Este artículo contiene el análisis de un megaevento deportivo –la 32ª edición de la America's Cup celebrada en Valencia, España– desde la perspectiva de la población residente en la ciudad que la acogió. No tiene como objetivo efectuar un estudio al uso sobre el impacto socioeconómico de su celebración a través de los convencionales métodos de encuesta, sino que pretende indagar en las percepciones y argumentos a favor y en contra de tal evento desde la perspectiva de los residentes, lo que más adelante se denominará 'etnoargumentos' y 'discursos comunes'.

La literatura científica suele clasificar en cuatro las dimensiones en que se materializan las repercusiones de un megaevento sobre una ciudad, región o país: la dimensión económica, la dimensión turística, la dimensión urbanística y la dimensión social (Brown; Massey, 2001). La investigación empírica, sin embargo, suele centrarse en la medición de los efectos económicos, turísticos y urbanísticos (Barker; Page; Meyer, 2002; Gamage; Higgs, 1997; Mihalik; Simonetta, 1999), y es muy limitado el número de estudios que abordan el análisis de los impactos sociales (Fredline, 2005). No es extraño, pues uno de los factores que explica el creciente auge y desarrollo de los megaeventos deportivos es el hecho de que suelen ser vistos como una oportunidad de desarrollo y promoción económica para las ciudades que los acogen (Hall, 2006).

Al hablar de repercusiones sociales se hace referencia a un conjunto muy variado y heterogéneo de aspectos, entre los cuales se incluyen algunos de tipo político, otros de naturaleza más bien psicológica o psicosocial y otros de carácter estrictamente social, aunque a veces sean categorizados como socioculturales (Llopis-Goig, 2012). Así, se suele hacer referencia a aspectos como el sentimiento de orgullo que un determinado megaevento deportivo suscita entre los residentes, el refuerzo de la identidad colectiva, la mejora de la calidad de vida, la apertura cognitiva, el aumento de la interacción social, la mejora de la autoimagen y el aumento de la participación deportiva, pero también a otros de carácter negativo entre los cuales se podría mencionar al aumento de la inseguridad, la pérdida de control sobre el medio o la disrupción del estilo de vida local.

Un denominador común de todos estos aspectos es el hecho de que en gran medida aluden a asuntos relacionados con las percepciones de la población residente. Su conocimiento es de gran importancia e interés pues los debates que se producen en la opinión pública respecto a los efectos y la conveniencia de albergar un determinado megaevento deportivo suelen regirse

por aspectos relacionados con percepciones e interpretaciones más que por hechos de carácter estrictamente objetivo. La celebración de un megaevento deportivo requiere el respaldo de la opinión pública de un país así como el apoyo de la población que reside en el área geográfica donde se ubica la sede, pues su éxito exige, entre otras cosas, la asistencia masiva de los residentes para crear una atmósfera positiva (Snyder; Lassegard; Ford, 1986).

Es fundamental, por tanto, conocer las percepciones e interpretaciones que la población residente desarrolla en torno a un megaevento, tanto las que se van formando antes y durante su celebración, como las que surgen tras su finalización. Desde la perspectiva que se adopta en este trabajo, esas percepciones e interpretaciones son consideradas de naturaleza discursiva, por lo que difícilmente podrán ser registradas a través de procedimientos como la encuesta estadística. Para abrazarlas en su narratividad es necesario recurrir a métodos etnográficos y conversacionales (Ruiz Olabuénaga, 2003; Vallés, 1997) que permitan una exploración en profundidad de sus ejes articuladores. Se trata, por tanto, de atrapar esos ‘relatos’ que la población residente construye a partir de sus propios argumentos –*etnoargumentos*– y con los cuales va forjando una serie de elaboraciones discursivas en torno a los cuales configura sus puntos de vista o perspectivas –*discursos comunes*–. Más allá de lo que concluyan los estudios de impacto económico, los residentes tienen sus propias percepciones, elaboran sus propios argumentos y construyen sus propios discursos en torno a las repercusiones de un megaevento deportivo. Acceder a ellos será fundamental para conocer el modo en que la sociedad anfitriona se relaciona con el mismo.

Mientras el impacto económico de la 32ª edición de la America’s Cup fue bien estudiado por distintas investigaciones, no se ha publicado ninguna investigación que se haya adentrado en el estudio de las percepciones y discursos de la población residente. Y ese es precisamente el objetivo de este trabajo: conocer los ‘etnoargumentos’ y los ‘discursos comunes’ sobre la 32ª America’s Cup que elaboraron los residentes, una vez finalizada la misma. El artículo se ha estructurado en cuatro apartados. El primero sitúa el megaevento en el contexto histórico y de desarrollo socioeconómico de la ciudad. El segundo presenta una breve descripción del procedimiento técnico-metodológico con el que se llevó a cabo la recogida de la información. El tercero incluye los resultados de la investigación y el cuarto ofrece las conclusiones del trabajo.

Contexto social y organizativo de la 32ª America's Cup

La America's Cup es el evento deportivo más antiguo, el más prestigioso del mundo de la vela y uno de los de mayor impacto económico y mediático que existe en la actualidad a escala internacional. Organizado por primera vez en 1851, dentro de los actos de la Exposición Internacional de Londres, debe su nombre a la goleta neoyorquina *America*, que de manera apabullante venció en aquella primera edición que se disputó en los alrededores de la Isla de Wight, en Inglaterra, y en la que participaron 17 embarcaciones. El último de sus tripulantes la donó al *New York Yacht Club*, que la defendió con éxito en los 25 desafíos que recibió durante más de cien años. Fue en 1983 cuando una embarcación australiana arrebató la Jarra de las Cien Guineas a los norteamericanos, por lo que en 1987 se celebró la primera America's Cup fuera de Estados Unidos. En esa edición venció Estados Unidos, que conservó la Copa en las dos ediciones siguientes (1988 y 1992). En 1995 y 2000, sin embargo, Nueva Zelanda se hizo con la victoria. En 2003 los neozelandeses perdieron el título ante la embarcación suiza *Alinghi*. La victoria de los suizos marcó un momento crucial en la historia de la Copa, pues permitió que la competición se disputara por primera vez en aguas europeas, tras la edición inaugural en territorio inglés, dado que hasta el momento ningún equipo europeo había logrado alzarse con la victoria.

De acuerdo con lo establecido en el *Deed of Gift* —el documento que establece el reglamento básico de la competición— *Alinghi* debía organizar la siguiente edición de la America's Cup. La ausencia de mar en Suiza motivó que el 27 de marzo de 2003 *Alinghi* convocara un concurso para adjudicar la organización de la 32ª edición de la America's Cup. De las sesenta y tantas ciudades que inicialmente concurren a esa convocatoria, sólo ocho fueron preseleccionadas: Lisboa, Marsella, Nápoles, Palma de Mallorca, Valencia, Cerdeña Porto Cervo, Toscana y Barcelona. El 12 de junio de 2003 quedaron fuera las tres últimas, y el 26 de noviembre del mismo año Valencia era proclamada ciudad anfitriona de una competición que, por primera vez en su historia, iba a tener una duración de cuatro años, a lo largo de los cuales se iban a desarrollar las regatas de la *Louis Vuitton Acts* (2004-2007), la *Louis Vuitton Cup* (abril-junio de 2007) y la *America's Cup Match* (junio-julio 2007). La mayor duración se debía al replanteamiento de los *Louis Vuitton Acts* que en

esta edición incluían una mezcla de regatas abiertas para dar a la competición mayor continuidad y regularidad.

Dos factores desempeñaron un papel fundamental en la elección de Valencia como sede de la 32ª America's Cup. Por un lado, su condiciones climatológicas, que fueron consideradas fiables y estables en los diversos controles meteorológicos que se realizaron. Por otro, el proceso de cambio que ya había emprendido la ciudad, centrado en su fachada marítima. Estos dos factores coincidieron con la situación en que se encontraba una competición como la America's Cup, que en ese momento se enfrentaba a una serie de retos y cambios importantes que la ciudad de Valencia afrontó como una oportunidad para renovarse y abrirse al mar.

Pese a que el puerto de Valencia data de la época romana, la ciudad siempre se desarrolló de espaldas al mar y su riqueza provino del gran espacio productivo que rodeaba a la ciudad. La ciudad y el puerto evolucionaron a lo largo de la historia como dos realidades diferentes hasta la anexión de los poblados marítimos a finales del siglo XIX. Durante el siglo XX, sin embargo, el puerto comenzó a tener una gran importancia dentro de la economía valenciana, como vía de exportación de frutas, hortalizas y bienes manufacturados. Tras la apuesta de los años ochenta por hacer de él un gran nodo de importación y exportación de contenedores, el puerto de Valencia fue testigo de diversas reformas y mejoras que en los años noventa culminaron en la construcción del muelle Príncipe Felipe. El proceso de expansión, sin embargo, no lograba vincular por completo las instalaciones del puerto con la ciudad, circunstancia que, además, se veía agravada por tratarse de un ente autónomo, dependiente del Gobierno de España, lo que a veces dificultaba la coordinación con las autoridades municipales.

La celebración de la 32ª America's Cup suponía la culminación de un camino que la ciudad había comenzado a recorrer a principios de la década de los noventa del siglo XX, cuando los síntomas del proceso de declive industrial comenzaban a ser evidentes y el sector turístico era visto como una alternativa de crecimiento para la que, sin embargo, la ciudad no se encontraba preparada pese a su condición de ciudad costera. Es en esa época cuando la ciudad –seguramente influida por el innegable éxito de Barcelona con sus Juegos Olímpicos de 1992– comenzó a darse cuenta de la importancia de consolidar una imagen de marca y una personalidad propia con la que encontrar su lugar en el mapa turístico mundial. La ciudad apenas contaba con un reducidísimo

turismo de negocios, un patrimonio artístico un tanto descuidado y una oferta turística de escaso interés. Es entonces cuando comienzan a fraguarse diversas iniciativas que van a ubicarse en el tramo final del viejo cauce del río Turia.¹ Con ellas se pretendía cambiar la imagen de la ciudad y convertirla en un atractivo destino turístico. Aunque algunos proyectos se habían iniciado en la década anterior, es en ese momento cuando comienzan a impulsarse dos infraestructuras esenciales: la Ciudad de las Artes y las Ciencias y el Palacio de Congresos, diseñados respectivamente por los arquitectos Santiago Calatrava y Norman Foster. Es también en esa época cuando se inicia el proceso de restauración de una buena parte de su patrimonio artístico y la ciudad comienza a acoger eventos deportivos de creciente proyección internacional.

Pese a las grandes iniciativas emprendidas, Valencia necesitaba un punto de seducción que atrajera la atención mediática internacional sobre la ciudad y que le diese cobertura y promoción como destino turístico internacional. Una candidatura olímpica era una opción inviable habida cuenta de lo recientes que eran aún los Juegos Olímpicos de Barcelona y de las pretensiones en esa misma dirección de Madrid, la capital de España. Además, el Comité Olímpico Internacional suele inclinarse por ciudades con una población mínima de dos millones habitantes lo que dejaba a Valencia sin posibilidades reales (Añó, 2011) Una Exposición internacional no parecía una opción a considerar a tenor de la experiencia de Sevilla con la Expo 1992. La America's Cup era el evento perfecto ya que constituía de uno de los tres megaeventos deportivos más importantes del mundo.

La oportunidad iba a surgir en los primeros años del nuevo siglo. Como ya se ha señalado, la embarcación suiza *Alinghi* vencía en la 31ª America's Cup celebrada en Auckland (Nueva Zelanda), y la *Société Nautique de Genève* se hacía con los derechos de organización y explotación de la siguiente edición. El mismo día de la victoria, el *Golden Gate Yacht Club* de San Francisco retaba al ganador y un día después el sindicato suizo *Alinghi* anunciaba la

¹ Tras la trágica riada que el 14 de octubre de 1957 inundó la ciudad y produjo la muerte de cerca de un centenar de personas, se decidió desviar el paso del río Turia al llamado Plan Sur y convertir el cauce que previamente atravesaba la ciudad en una autovía urbana. Las reclamaciones de los vecinos, sin embargo, acabaron convirtiéndolo en un jardín público que en la actualidad se compone de 110 hectáreas y cuenta con instalaciones deportivas, auditorios, espacios culturales y áreas de recreo, por lo que bien puede ser considerado como la verdadera *espinas dorsal del ocio* de la ciudad (Llopis-Goig; García-Alcober, 2012, p. 157).

creación de la empresa *America's Cup Management* (ACM), que se encargaría de gestionar íntegramente el evento tanto desde el punto de vista comercial como organizativo. Esta decisión suponía un importante cambio en la historia de la competición cuya organización siempre había sido gestionada por el club náutico defensor, mientras el primer desafío se encargaba de gestionar las series eliminatorias para determinar quien se enfrentaría al defensor del título en la fase final de la competición. La nueva compañía recibiría –a cambio de organizar el evento– el diez por ciento de los beneficios que se generasen por la competición una vez que la misma hubiera finalizado. El resto de beneficios se repartirían entre los equipos de manera no proporcional.

La celebración de la 32ª *America's Cup* implicaba una adaptación del entorno del Puerto de Valencia a las exigencias de la competición y ello creaba la necesidad de desarrollar un amplio número de infraestructura. Las distintas actuaciones fueron llevadas a cabo tanto por el Ayuntamiento de Valencia (administración municipal), como por la Generalitat Valenciana (administración regional) y el Gobierno de España (administración central) que suscribieron un convenio de colaboración para la creación del Consorcio Valencia 2007 (1 de octubre de 2003). Este organismo contemplaba las diversas herramientas jurídicas y mercantiles para defender e impulsar la candidatura, conseguir la financiación necesaria y llevar a cabo todas las actuaciones pertinentes para lograr la designación. El Ministerio de Fomento del gobierno central realizó una importante inversión en la mejora de las infraestructuras del Aeropuerto de Manises y de numerosas carreteras y ferrocarriles, así como en los diversos puertos de la región, con la excepción del de la propia ciudad de Valencia, de cuyas inversiones se encargó el Consorcio Valencia 2007. Este organismo se responsabilizó de la realización de las infraestructuras en la dársena interior del Puerto, necesarias para la celebración de la *America's Cup*.

Según un informe realizado por el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, la demanda total asociada a la 32ª *America's Cup* experimentó un incremento acumulado –a lo largo del periodo 2004/2007– de 2.767,9 millones de euros (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, 2007). El impacto total sobre la renta de la Comunidad Valenciana (suma de impactos directos, indirectos e inducidos) fue de 2.724 millones de euros, de 5.748 millones de euros en términos de producción y de 73.859 empleos en lo referente a creación y mantenimiento de empleo. Estas cifras representaron un 2,67% del PIB y un 3,29% del empleo de la región. Por otro lado, según una

encuesta realizada por la Universidad de Valencia un año y medio después de que concluyera el evento (Universitat de València-Estudi General, 2009), un 83,8% de la población consideró que la America's Cup había sido un evento beneficioso para la ciudad y un 81,6% se mostraba de acuerdo con la posibilidad de que se impulsara la realización de este tipo megaeventos deportivos. Un 71,6% siguió las retransmisiones televisivas en algún momento y un 25,6% asistió a la celebración del mismo en alguna de sus fases. Esta encuesta también señalaba la atribución de importantes efectos positivos: un 89,1% consideraba que había aumentado el turismo internacional y un 85,2% señaló que había servido para incrementar la actividad económica de la ciudad. Por otro lado, un 74% se refirió al evento deportivo como un elemento de orgullo y satisfacción para los valencianos. Por último, un 69,8% afirmó que había mejorado las infraestructuras de transporte, un 65,1% el empleo y un 50,6% la seguridad ciudadana.

Método

Las encuestas estadísticas permiten efectuar 'fotografías' del estado de la opinión pública en relación a un megaevento deportivo, pero no son capaces de ir más allá de las instantáneas referidas a un momento concreto para proporcionar un análisis en profundidad de las percepciones, argumentos y elaboraciones discursivas en que se basan las opiniones y respuestas de la población residente. Para ello es necesario recurrir a otro tipo de herramientas de carácter etnográfico y conversacional que permitan adentrarse en el análisis de esos 'etnoargumentos' y 'discursos comunes' elaborados en torno a ese megaevento deportivo que, en este caso, es la 32ª America's Cup. Para abordar esos objetivos se diseñó una investigación consistente en veinte entrevistas a personas con alguna vinculación al mundo del deporte. Las entrevistas se realizaron entre los meses de mayo y julio de 2009, y las tres grandes preguntas que las guiaron fueron: ¿cuál es su opinión sobre la realización de la America's Cup?, ¿cuáles fueron las ventajas o desventajas de su celebración? y ¿en qué apoya sus valoraciones positivas o negativas?

La selección de los informantes se realizó teniendo en cuenta las distintas dimensiones que articulan el mundo del deporte en la ciudad de Valencia. Se pretendía con ello cubrir su diversidad. Así, por un lado, se estimó conveniente

entrevistar a personas que trabajasen tanto en el sector público como en el privado. También se consideró oportuno recurrir a personas que desempeñasen tareas tanto de carácter técnico como directivo. Finalmente se optó por incluir tanto a informantes del ámbito deportivo, como a profesionales de otros sectores de actividad desde los cuales se examina y analiza el mundo del deporte. Teniendo en cuenta estos planteamientos se identificaron diversos perfiles de vinculación al sistema deportivo a partir de los cuales se llevó a cabo la selección de los informantes. Estos perfiles fueron: practicantes activos de alguna modalidad deportiva; personal técnico de clubes, federaciones y escuelas deportivas; responsables de fundaciones y empresas relacionadas con el deporte; profesores de Educación Física y periodistas deportivos.

Resultados

Al concluir el primer apartado de este artículo se señalaba que un 83,8% de la población residente consideraba la America's Cup como un evento beneficioso para la ciudad. Los porcentajes críticos no iban más allá del 16,2%. Se incluían también otros datos que mostraban el abrumador apoyo a tal evento así como las repercusiones económicas claramente positivas que la mayoría de la población le atribuyó. La pregunta que surgía era: ¿en qué percepciones se basan esas opiniones? y ¿qué argumentos las sostienen?

El contenido de las entrevistas mostró la existencia de tres grandes ejes temáticos en torno a los cuales se articulaban las percepciones e interpretaciones de los entrevistados: un primer eje referido a aspectos de carácter psicológico; un segundo eje relativo a cuestiones económicas; y un tercer eje de carácter netamente deportivo. Las tres secciones que aparecen a continuación desarrollan esos tres ejes discursivos.

Primer eje discursivo: efectos psicológicos de la America's Cup

Los testimonios recabados permiten afirmar que la celebración de la 32ª America's Cup actuó como inductora de autoconfianza colectiva y mejoró la imagen propia de los valencianos como sociedad. Según los entrevistados fue una demostración de la capacidad organizativa de la sociedad valenciana tanto en lo que tiene que ver con el diseño y desarrollo de la propia competición de

vela como en todo lo referente a la articulación de los recursos para atender la demanda turística suscitada por el evento:

[...] la celebración de la Copa América ha demostrado que estamos a la altura de cualquier otra ciudad del mundo para organizar una competición deportiva internacional, somos capaces y estamos a la altura del país más avanzado.

[...] ya no es que lo único que sabemos hacer es cultivar naranjas, que eso creo que ya tiene poco futuro, es que hemos organizado un espectáculo deportivo de primer nivel, ha venido gente de todo el mundo y todo ha salido perfecto.

[...] hemos aportado a un torneo tan antiguo como la Copa América nuestra forma de ver y organizar las cosas, lo que queda claro es que podemos hacer muy bien las cosas y que sean valoradas y reconocidas en todo el mundo.

Así, la America's Cup aumentó la autoestima colectiva de los valencianos, elevó su confianza en sí mismos y despertó sentimientos de orgullo relacionados con su propia condición de valencianos. Algunas afirmaciones vertidas en las entrevistas fueron reveladoras del modo en que se habían activado estos sentimientos:

[...] a mí me encanta que se haya conseguido traer la Copa América a mi ciudad, porque soy valenciano, he nacido aquí y yo estoy encantado.

[...] me da la sensación de que hay un cierto orgullo de Valencia, ha elevado la autoestima de los valencianos.

[...] lo hemos hecho muy bien, y todo el mundo lo ha podido comprobar, además ha venido mucho turismo y la gente se ha quedado prendada de esta ciudad.

Algunos entrevistados también destacaron que uno de los méritos de la organización de la America's Cup residía en el hecho de que se trataba de un evento nacido y promovido por la sociedad, no por las administraciones públicas o la clase política, como ha sucedido en otras ocasiones y en otros contextos:

[...] además, es algo que se ha organizado porque la sociedad lo ha promovido, no viene desde arriba.

[...] la America's Cup se organizó en Valencia porque un grupo de gente se mueve para conseguirla, no es un invento político.

Pero esas constataciones también hay que descifrarlas en clave nacional, pues emergen sobre un fondo en el que la posición de la ciudad –la tercera de España según diversos indicadores– parecía amenazada o, al menos, debilitada, tras un periodo de más de quince años en el que sus habitantes desarrollaron una especie de *síndrome de desamparo*, motivado por lo que consideraban el descuido o la marginación por parte del gobierno central, que prefería priorizar –o se veía obligado a ello– con sus inversiones los proyectos de otras ciudades españolas. En 1992, por ejemplo, Barcelona fue sede de los Juegos Olímpicos, Sevilla organizó la Exposición Internacional y Madrid fue elegida Capital Europea de la Cultura. Desde entonces, esa sensación se había incrustado en la sociedad valenciana. Podría decirse, por tanto, que la America's Cup ejerció un *efecto psicológico* a dos niveles: por un lado, neutralizando los sentimientos de agravio comparativo con respecto a otras ciudades españolas; por otro, actuando como inductor de confianza y autoestima colectiva ante el éxito manifiesto que su organización supuso.

Junto a estos efectos de carácter psicológico, la celebración de la America's Cup también habría comportado una serie de respuestas de satisfacción. Satisfacción provocada por el disfrute del espectáculo deportivo en que consistieron las regatas de la America's Cup, pero también por la gozosa comprobación de que las inversiones realizadas para albergar tal evento habían supuesto una profunda mejora del aspecto físico y estético de la ciudad:

[...] nos gusta mucho como están dejando la ciudad.

[...] está haciendo grande la ciudad, a mí me parece muy bien.

[...] es fantástico porque aquí había mucha gente, Valencia está muy bonita, salía todos los días en la televisión.

En definitiva, este primer eje discursivo se compone de un conjunto de percepciones y argumentos desde los cuales se apuntan influencias sobre la autoestima colectiva y experiencias hedónicas derivadas del disfrute de la competición o el goce estético que las reformas y mejoras pergeñadas en la ciudad provocan en sus residentes.

Segundo eje discursivo: impacto económico de la America's Cup

El segundo bloque argumental tiene que ver con las repercusiones e impacto económico de la America's Cup sobre la ciudad. Fue el eje más presente en el discurso de los entrevistados y, también, el que presentaba mayor grado de articulación.

En términos generales, los entrevistados se mostraron convencidos de que la America's Cup había contribuido positivamente al desarrollo económico de la ciudad y la región. Comentarios como los siguientes fueron abundantes:

[...] ha funcionado, ha servido de motor de cambio.

[...] la gente se ha dado cuenta de que ha tenido un gran impacto económico.

[...] ha aportado dinero, también gastos, pero ha aportado dinero.

[...] más gente, más negocio, más movimiento, más traslación de dinero que cambia de manos y eso va en beneficio de la ciudad, y si va en beneficio de la ciudad, va en beneficio de todos.

Pero más allá de esas apreciaciones generales, los discursos sobre el impacto económico de la America's Cup se concretaron en tres líneas argumentales: i) la influencia en la percepción e imagen internacional de la ciudad, ii) su capacidad para impulsar la llegada de flujos turísticos procedentes del exterior, y iii) el legado que las infraestructuras realizadas suponían para la ciudad.

Uno de los argumentos más repetidos por los entrevistados cuando se les solicitó que explicaran los beneficios producidos por la celebración de la America's Cup se refería a lo que podría definirse como su *función señalizadora*. Se apuntó que la America's Cup “ha situado a Valencia en el mapa del mundo” y la ha convertido en “un punto de referencia”. Así lo indicaron algunos entrevistados:

[...] Valencia se está convirtiendo a nivel internacional en un punto de referencia.

[...] desde el punto de vista de promoción de la ciudad los espectáculos deportivos sean de la índole que sean son fantásticos, te ponen en un mapa y está muy bien.

Los entrevistados insistieron en que esa *función señalizadora* es de gran importancia en la globalizada sociedad actual, habida cuenta de la necesidad de introducirse en la red de ciudades que constituyen el circuito por el que circulan los flujos de mercancías, imágenes, conocimiento y dinero. Es por tanto, un componente fundamental para toda ciudad que pretenda ser influyente y los entrevistados –independientemente de su valoración de la America’s Cup–, fueron conscientes de ello:

[...] la oportunidad es que si se consigue captar con ese gran evento todos esos flujos comerciales, etc. Pues muy bien. Yo creo que ahí estamos todos de acuerdo.

[...] creo que aunque exceda el ámbito deportivo, es muy importante, en una ciudad moderna que quiera estar abierta al exterior, que tenga unos flujos económicos, eso es importantísimo.

No es extraño, por otro lado, que los entrevistados hayan enfatizado esta *función señalizadora* de la America’s Cup pues, como se ha advertido en el apartado introductorio, desde principios de los años noventa del siglo pasado –cuando comenzaron a ser evidentes los síntomas de declive industrial– la sociedad valenciana desarrolló la idea de que su futuro debía pasar por el sector turístico. No contribuían a ello, sin embargo, las infraestructuras y medios de transporte existentes, ni la propia oferta hotelera y de servicios de la ciudad que se encontraban débilmente desarrolladas. También eran un obstáculo adicional la falta de notoriedad de la ciudad a nivel mundial.

[...] la ciudad se ha beneficiado turísticamente, a nivel de imagen, sí que se ha beneficiado.

[...] ha habido una relación muy clara que todo el mundo ha visto, ha sido organizar la Copa América y desde entonces Valencia se ha llenado de turistas.

En este contexto, la celebración de la America’s Cup fue percibida como una apuesta por el posicionamiento de la ciudad en el escenario del deporte global. Y según los testimonios de los entrevistados, esta apuesta ha tenido unas repercusiones inmediatas en la imagen de la ciudad y en la llegada de una importante afluencia turística:

[...] sin duda, es algo que favorece claramente el turismo.

[...] si es que no hay más que pasearte por la calle para verlo, está todo lleno de extranjeros en las tiendas, en todas partes, hace unos años no era así.

Otro de los argumentos que emerge en el discurso de las repercusiones económicas se refiere a las inversiones en infraestructuras motivadas por el evento deportivo. Los argumentos a este respecto se dividen entre los que, por un lado, señalan que la America's Cup supuso la ejecución de un amplio número de infraestructuras y los que, por otro lado –y sin dejar de reconocer la importancia de este legado– consideran que éste tienen un escaso uso y se encuentra relativamente al margen de las necesidades y la actividad cotidiana de la ciudad.

Los primeros señalan que lo que ha distinguido a las infraestructuras realizadas con motivo de la America's Cup –frente a lo sucedido en otras ciudades con motivo de algún otro megaevento deportivo o cultural– ha sido su supervivencia posterior. En otros casos, sin embargo, estas infraestructuras –tanto las deportivas como las no deportivas– no han logrado sobrevivir al acontecimiento para el que fueron creadas:

[...] repercute en la ciudad en un aspecto económico y que por lo que he podido observar, pero así en general, no ha ocurrido como en otras ciudades españolas que a lo mejor han hecho un gran evento y al paso del año o los años, aquello está para tirar o remodelar. Una de las cosas que veo bien de lo que se ha hecho de los grandes eventos es que han hecho grandes instalaciones pero no se han olvidado y que has visto que siguen, a lo mejor variando la actividad, modificándola, pero que no se quedan en el abandono, eso por una parte me parece positivo.

Los segundos no niegan el legado que queda para la ciudad en materia de infraestructuras públicas, pero insisten en la necesidad de que se busque el modo de dar uso e integrar en la dinámica de la ciudad algunas de esas construcciones que se realizaron para la celebración de la America's Cup:

[...] está muy bien todo lo que han hecho y lo que se ha construido, en el puerto, carreteras [...] pero lo que veo es que la zona donde estaban los equipos está todo abandonado y no parece que se le vaya a dar ningún uso [...].

Esta última consideración constituye un argumento que en algunos casos adopta un tono crítico, especialmente cuando se funde con otra línea argumental: la escasez de información relativa al impacto económico del evento en la ciudad:

[...] creo que sí ha dejado una buena imagen de Valencia. Pero no sabemos si los ingresos y los gastos, si la repercusión económica es favorable, supongo que a largo plazo sí lo será.

[...] creo que tienen que ser más transparentes, en mi opinión [...] Creo que no debería darles miedo, y ya lo han hecho en parte [...] En parte lo han hecho, pero hace falta que sea más claro.

En definitiva, hay una clara percepción de que la celebración de la America's Cup tuvo una fuerte repercusión en la economía de la ciudad de Valencia, que básicamente tuvo su origen en el aumento de la afluencia turística. Este hecho se pone en relación con uno de los principales efectos del evento: "situar a la ciudad en el mapa del mundo". Una segunda línea argumental que complementa los discursos económicos se refiere a las infraestructuras e inversiones legadas por la America's Cup. Se consideran una importante aportación aunque en algunos casos reflejan un tono crítico ante la falta de uso e incardinación en la vida ciudadana que han mostrado con posterioridad.

Tercer eje discursivo: repercusiones sobre el sistema deportivo

El tercer eje discursivo tiene que ver con las repercusiones que la celebración de la America's Cup ha tenido sobre el sistema deportivo local. La primera consideración que debe realizarse es que los argumentos y discursos a este respecto pierden parte del tono positivo que caracterizaba a los dos ejes discursivos anteriores –relativos a los efectos psicológicos y a las repercusiones económicas–. En buena medida ello es así por el hecho de que la mayoría de los entrevistados estaban vinculados al mundo del deporte.

Uno de los argumentos más presentes en el repertorio discursivo de los entrevistados que resultaron más críticos se refiere a la posibilidad de que la organización de la America's Cup pueda haber comportado una merma de los recursos económicos destinados otros programas y actividades deportivas de

la ciudad. Desde esta perspectiva, el peligro radicaría en que determinadas políticas deportivas de ámbito municipal podrían ver reducidas las aportaciones económicas procedentes de las administraciones públicas:

[...] si se restan recursos a las políticas municipales, es un peligro.

[...] el problema es si luego se retraen recursos para lo que se hace habitualmente, ahí sí que hay un problema y se pierde la atención sobre lo que realmente interesa.

[...] me parece que ese tipo de eventos están quitando dinero de otras partidas que entiendo son mucho más importantes y no se ha tenido en cuenta.

Aunque se trata de una preocupación motivada por el desconocimiento del modo en que se realizaron las inversiones destinadas a la celebración de la America's Cup, debe hacerse notar que su influencia sobre los discursos es notoria en algunos entrevistados.

El segundo hilo argumental en torno al eje deportivo se refiere a lo que algunos denominaron el *retorno deportivo* que deberían tener este tipo de eventos. Una expectativa habitual en el mundo del deporte es que la práctica deportiva –y el deporte popular– se vean beneficiados por la realización de estos megaeventos deportivos. En ese contexto, algunos entrevistados se preguntaban –y no encontraban respuesta– cuál había sido el retorno deportivo generado por la America's Cup:

[...] es decir ¿qué retorno deportivo tiene? [...] ¿Qué supone eso para el deporte? Puede ser necesario para la ciudad porque está dentro de una política de imagen, puede ser incluso rentable, pero ¿qué proporciona al deporte?.

Indudablemente, la posibilidad de que el evento proporcione un *retorno deportivo* a la sociedad que lo aloja dependerá en gran medida de su propia cultura deportiva, lo que precisamente constituyó otra de las líneas argumentales que emergieron en los discursos referidos a la temática deportiva. La conexión del megaevento –la America's Cup– con la cultura deportiva local constituyó uno de los temas sobre los que se articularon buena parte de los argumentos y discursos de los entrevistados. Una apreciación bastante común era la falta de enraizamiento del deporte de la vela en la sociedad valenciana:

[...] doy importancia a que esté enraizado en la cultura deportiva local y eso no ocurre con la vela, aunque sí con las motos lo veo más propio, y los coches los veo, están enraizados con todos.

[...] no soy contrario pero me gustaría que cuando se celebra un evento deportivo fuera en disciplinas donde nosotros tenemos un arraigo.

Desde esta perspectiva se señalaba que la America's Cup no podía generar el mismo *retorno deportivo* que otras modalidades deportivas mucho más arraigadas en el *ethos* deportivo local. Ciertamente, la ciudad reúne unas condiciones extraordinarias para la práctica de la vela, pero lo bien cierto es que, por diversas razones, ésta no es una práctica deportiva que cuente con una base social amplia. En parte eso es debido a la tradicional falta de orientación marítima de la ciudad —a la que ya se ha hecho alusión en el apartado introductorio—, así también como a la fuerte hegemonía y centralidad de otros deportes-espectáculo como el fútbol.

Esa distancia entre la modalidad deportiva a la que pertenece el megaevento y la idiosincrasia de la cultura deportiva local conduce, por otro lado, a lo que para algunos entrevistados eran las *connotaciones elitistas* de la America's Cup, tanto por lo que se refiere al simbolismo social de su práctica deportiva como en lo que tiene que ver con su disfrute como aficionado o consumidor deportivo:

[...] aunque se ha vivido y se ha integrado en la ciudad más de lo que en principio se podía pensar por la cultura, también es cierto que es difícil, siempre va a generar un rechazo en una parte de la población, porque se trata de un deporte que un grupo de gente lo va a percibir como elitista.

Así pues, tres son los grandes hilos argumentales que los entrevistados explicitaron en torno a la dimensión deportiva de la America's Cup. Por un lado, la preocupación ante la posibilidad de que los recursos económicos dirigidos a actividades y programas deportivos ordinarios de la ciudad pudieran haberse visto mermados en beneficio de la inversión realizada en la organización de la America's Cup. Por otro, las expectativas de retorno deportivo que proyectan sobre el megaevento, al asumir de manera implícita la idea de que alojar una competición de estas características debería producir unos resultados deportivos en la propia sociedad anfitriona. Desde esta perspectiva surgía

la consideración de que la edición valenciana de la America's Cup había adolecido de una cierta falta de conexión con la cultura deportiva local, mucho más enraizada en otros deportes como el fútbol, por lo que la sensación de elitismo era para algunos indisociable de un deporte como la vela.

Discusión y conclusiones

La 32ª edición de la America's Cup, celebrada en Valencia entre 2004 y 2007, impulsó la realización de grandes transformaciones e iniciativas urbanas y cambió la imagen de la ciudad proyectándola a nivel internacional como destino turístico, pese a que la inversión realizada fue mucho más modesta que la dedicada a la Expo en Sevilla o los Juegos Olímpicos de Barcelona en 1992. Ha sido, por otro lado, y como se ha admitido de manera generalizada, un evento muy beneficioso para la ciudad, con cuya celebración se mostró acorde una amplia mayoría de la población, que además, asistió masivamente al desenlace de las distintas fases de la competición.

Este trabajo no ha pretendido efectuar un balance de las repercusiones socioeconómicas de la 32ª America's Cup, asunto sobre el que ya existen diversas publicaciones (Centro de Estudios Económicos Tomillo, 2007; Gómez; Bofarull; Gracia, 2009; Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, 2007; Llopis-Goig; García-Alcober, 2012). Tomando como punto de partida los logros económicos del evento, registrados tanto por las encuestas como por los estudios económicos, la investigación presentada pretendía ofrecer un estudio exploratorio de las percepciones y argumentos en los que se apoyan las valoraciones de los ciudadanos. El objetivo de este trabajo era aproximarse a lo que en apartado introductorio se ha definido como los 'etnoargumentos' y los 'discursos comunes' que sobre la 32ª America's Cup elaboraron los residentes.

El estudio ha evidenciado la existencia de tres grandes ejes temáticos en torno a los cuales se articulaban las percepciones e interpretaciones de los entrevistados: un eje relativo a los efectos psicológicos, otro referido a las repercusiones económicas y el último relacionado con los impactos de carácter deportivo. El primer eje discursivo se componía de diversas percepciones y argumentos que subrayaban la influencia positiva del evento sobre la autoestima colectiva y las experiencias satisfactorias que tanto el desenlace de la

competición como las reformas e inversiones realizadas en la ciudad provocaron en sus residentes. Los argumentos esgrimidos mostraban el orgullo por la organización del evento y no ocultaban el efecto rehabilitador que esta experiencia les había supuesto, tanto por el hecho de que mostraba un camino de desarrollo futuro –en el contexto la crisis económica que desde finales de 2007 afecta a la mayor parte de países de la Unión Europea–, como por el significado que tal logro tenía en clave doméstica, pues suponía que la ciudad volvía a situarse como una de las de mayor importancia y dinamismo a nivel nacional.

El segundo eje temático se concentraba en los argumentos económicos. La sensación generalizada es que produjo una contribución muy positiva a la economía valenciana, especialmente por la inducción de una fuerte afluencia turística. Más allá de ese efecto coyuntural, se argumenta que el evento desempeñó una *función señalizadora* que ubicó a la ciudad en el ‘mapa del mundo’ y que desde entonces ha provocado un permanente interés y demanda turística. Dentro de las repercusiones económicas también alcanza una cierta prominencia el argumento relativo a la valía del legado que han supuesto las infraestructuras acometidas con motivo de la celebración de la America’s Cup. Se trata de un argumento común, que en algunos casos se tiñe de carácter crítico por parte de aquellos que consideran que la ciudad tiene pendiente la realización de un plan de usos que integre algunas de las construcciones y las incardine de manera más efectiva en la vida de la ciudad. Una señal muy positiva al respecto –que no se dio ni en la Expo de Sevilla ni en los Juegos Olímpicos de Barcelona 1992– ha sido el empeño mostrado por la administración local autonómica en promover la realización de otros eventos deportivos para que la proyección internacional lograda con la America’s Cup se consolidara (Del Romero, 2010, p. 320). Debe tenerse presente que la situación señalada se produjo en parte al no poderse convocar un concurso internacional de ideas para el área –tal y como se había previsto inicialmente–, una vez que finalizada la America’s Cup se decidió albergar el Gran Premio de Fórmula 1. También influyó en ello la incertidumbre causada por los casi dos años de litigio entre Alinghi y BMW Oracle respecto a la sede de la 33ª America’s Cup que finalmente se realizó en Valencia (Fundación Deportiva Municipal, 2010, p. 139).

El tercer eje temático aglutina los principales argumentos de los entrevistados respecto a las repercusiones de la America’s Cup en el sistema deportivo local. Debe tenerse en cuenta que la población entrevistada estaba

mayoritariamente vinculada al mundo del deporte, por lo que no debe sorprender que tendiera a desarrollar unas expectativas de carácter deportivo que normalmente no son tan pronunciadas para el conjunto de la población. Los resultados revelaron la existencia de una cierta preocupación ante la posibilidad de que las inversiones realizadas pudieran ver mermados los recursos dirigidos a otras actividades o políticas deportivas. También se apuntó la ausencia de retorno deportivo y la falta de conexión con la cultura deportiva local. Sin embargo, ambos argumentos casan difícilmente con la realidad. Por un lado porque en pleno desarrollo de la America's Cup se inauguró una Escuela Municipal de Vela en la zona de puerto que acogió la competición, que en abril de 2010 sería remodelada y puesta nuevamente en marcha con la gestión de la Federación de Vela de la Comunidad Valenciana, con el objetivo de canalizar la enseñanza de la vela tras la celebración de la America's Cup. Por otro lado porque a menudo se olvida que la vela es, con 19 medallas, la especialidad deportiva en la que más éxitos han cosechado los españoles en la historia de los Juegos Olímpicos. Ambas constataciones son quizás una prueba de que la comunicación con la población residente no fue todo lo eficiente que debiera.

Por último, la investigación ha puesto de manifiesto el modo en que la investigación cualitativa puede contribuir a un mejor conocimiento de la perspectiva de la sociedad residente en relación a un megaevento deportivo. En el caso aquí examinado, se han identificado los argumentos en que los residentes basaron su valoración de la America's Cup, tanto para concluir con elaboraciones discursivas de carácter positivo como para dar lugar a connotaciones más críticas. Los promotores de megaeventos no siempre son conocedores de la contribución que este tipo de investigaciones podría realizar a su gestión. Estas contribuciones podrían ser extremadamente útiles en la gestión de la comunicación relacionada con un megaevento, pero también en la tarea de anticipar las posibles reacciones ante el mismo de colectivos sociales específicos.

Referencias

AÑÓ, V. *Pasión por el deporte: de la práctica a los grandes eventos*. Valencia, Publicaciones de la Universidad de Valencia, 2011.

BARKER, M.; PAGE, S.; MEYER, D. Evaluating the impact of the 2000 America's Cup on Auckland, New Zealand. *Event Management*, n. 7, p. 79-92, 2002.

BROWN, A.; MASSEY, J. *Literature review: the impact of major sporting events*. Manchester: Manchester Institute for Popular Culture; Manchester Metropolitan University, 2001.

CENTRO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS TOMILLO. *Impacto económico de la 32ª America's Cup*. Madrid: Consejo Superior de Cámaras de Comercio, 2007.

DEL ROMERO, L. Dos décadas de urbanismo-espectáculo en España: los grandes eventos como motor de cambio urbano. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, n. 53, p. 309-327, 2010.

FREDLINE, E. Host and guest relations and sport tourism. *Sport, Culture and Society*, v. 8, n. 2, p. 263-279, 2005.

FUNDACIÓN DEPORTIVA MUNICIPAL. *Documento cero: fase de diagnóstico del Plan Estratégico del Deporte de Valencia*. Valencia, 2010.

GAMAGE, A.; HIGGS, B. Economics of venue selection for special events: With special reference to the 1996 Melbourne Grand Prix. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, v. 1, n. 2, p. 15-26, 1997.

GÓMEZ, S., BOFARULL, C.; GRACIA, I. Valencia: una estrategia basada en eventos deportivos. *Working Papers SM – 1540*, IESE Business School; Universidad de Navarra, 2009.

HALL, C. Urban entrepreneurship, corporate interests and sports mega-events: the thin policies of competitiveness within the hard outcomes of neoliberalism. *Sociological Review*, v. 54, n. 2, p. 59-70, 2006.

INSTITUTO VALENCIANO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS. *Impacto económico de la 32ª America's Cup Valencia 2007*. Valencia, 2007.

LLOPIS-GOIG, R. Repercusiones y efectos sociales de los megaeventos deportivos. Acotaciones teóricas y evidencia empírica. In: LLOPIS-GOIG, R. (Ed.). *Megaeventos deportivos*. Barcelona: UOC, 2012. p. 97-116.

LLOPIS-GOIG, R.; GARCÍA ALCOBER, M. La America's Cup regresa a Europa. Impacto socioeconómico de la 32ª America's Cup. In: LLOPIS-GOIG, R. (Ed.). *Megaeventos deportivos*. Barcelona: UOC, 2012. p. 155-174.

MIHALIK, B. J.; SIMONETTA, L. Amidterm assessment of the host population's perceptions of the 1996 Summer Olympics: Support, attendance, benefits, and liabilities. *Journal of Travel Research*, v. 37, n. 2, p. 244-248, 1999.

RUIZ OLABUÉNAGA, J. I. *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto, 2003.

SNYDER, C. R.; LASSEGARD, M. A.; FORD, C. E. Distancing after group success and failure: basking in reflected glory and cutting off reflected failure. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 51, n. 2, p. 382-388, 1986.

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA-ESTUDI GENERAL. *Informe sociològic sobre la Gestió Deportiva Municipal en Valencia*. Valencia, 2009.

VALLÉS, M. *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid: Síntesis, 1997.

Recibido em: 31/12/2012

Aprovado em: 04/06/2013