

# El impacto cultural en los asistentes a un mega evento deportivo: el caso de Brasil 2014

*Triana Paola Granados Gómez / Javier Becerril Isidro*  
*ESDAI Universidad Panamericana / Universidad Simón Bolívar*  
*javier.becerril.is@usb.edu.mx*  
*0187644@up.edu.mx*

## RESUMEN

Los mega eventos deportivos con el paso de los años han cobrado una gran relevancia alrededor del mundo, en este caso el mundial de Brasil de 2014 visto como tal, reunió a miles de personas provenientes de todas partes del mundo representando para los asistentes un espacio donde se dio ocasión para que entre ellos se suscitara interacciones sociales, que pudieran resultar enriquecedoras culturalmente. Esto llevó a indagar en primera instancia ¿qué es la cultura, qué impacto tiene y qué percepción se tiene de ella? Este concepto definido desde distintos aspectos; artísticos, antropológicos, históricos, sociales, sólo por mencionar algunos, también tenía que estar acompañado por las formas en las que los sujetos se apropian de ella, de aquí surge la pregunta problema ¿Existe algún impacto en la cultura del asistente a un mega evento deportivo con participación de atletas internacionales?, es por eso que en el caso particular del presente trabajo se observó dentro de estos procesos que los mega eventos deportivos se constituyen en elementos que culturizan ya que como lo define Díaz Aguado (1999, p.116). “La enculturalización unifica a las personas al proporcionar experiencias comunes”. Además de transitar de la multiculturalidad a la transculturalidad. Dentro de los principales elementos culturales que fueron identifi-

cados como trastocados a partir de la investigación de campo se encontraron: tradiciones y rituales, deportes, idioma y arquitectura entre otros.

**Palabras clave:** Cultura, Asistente, Mega evento deportivo, Atleta.

## THE CULTURAL IMPACT IN THE ATTENDANCE TO A MEGA SPORT EVENT: THE CASE OF BRAZIL 2014

### ABSTRACT

Over the years, mega sporting events have gained great relevance worldwide. In this sense, the 2014 World Cup in Brazil, seen as such, brought together thousands of people from all over the world. This space represented the attendees an occasion for them to generate social interactions, which could be culturally enriching. This led to investigating in the first place: what is culture, what impact does it have, and what is the perception of it? This concept defined from different aspects artistic, anthropological, historical, social, just to mention a few, also had to be accompanied by the ways in which the subjects appropriate it, hence the real question arises: Is there any impact on the culture of the attendant to a mega sporting event with the participation of international athletes? That is why in the case of the present work it was observed within these processes that mega sporting events are constituted in elements of culture since as defined by Diaz Aguado (1999, p. 116). "Enculturation unifies people by providing common experiences". As well as moving from multiculturalism to transculturality. From field research, some main cultural elements were identified as disrupted: traditions and rituals, sports, language and architecture among others.

**Key words:** Culture, Attendant, Mega sporting event, Athlete.

## INTRODUCCIÓN

Los mega eventos deportivos con el paso de los años han cobrado una gran relevancia alrededor del mundo, debido a múltiples factores como: la disminución de costos por parte de las aerolíneas en los viajes lo que ha hecho posible que las personas se desplacen con mayor facilidad, los avances tecnológicos que han permitido brindar espectáculos más atractivos, las redes sociales han jugado un papel muy importante en la difusión y propaganda han contribuido para que el número de espectadores alrededor del mundo aumente, además de ofrecer la posibilidad de estar en contacto con el evento en todo momento.

En palabras de Michael Desbordes “el mega evento es un hecho social poderosamente mediatizado” (Desbordes, 2006). Pues hoy en día, vivimos en un mundo que se encuentra interconectado e incluso con un solo click es fácil conocer sobre un país, ya que en segundos podemos saber sobre sus tradiciones, cultura, número de habitantes, localización geográfica, estructura política, deportes practicados, tradiciones, entre otros. Sin embargo, ante esa mediatización y mirando a los mega eventos como generadores económicos encontramos que este fenómeno es algo conocido y estudiado bajo esta perspectiva. ¿Pero qué hay de los espectadores más allá de generar una derrama económica y de disfrutar de los eventos donde se practica el deporte del que son fans? ¿existe para ellos una ganancia diferente a la diversión, emoción o pasión que pudiera darse cuando asisten a un evento local?

Se dice de manera coloquial que viajar enriquece culturalmente y esto se daría con el simple hecho de viajar, sin embargo, cuando se asiste a un mega evento deportivo existen muchos factores que al conjugarse permiten estar en contacto con per-

sonas de diferentes países y por tanto portadores de la riqueza cultural de sus naciones, por ello ¿es posible que la cultura del asistente se vea trastocada por esto? pero, ¿qué es la cultura, que impacto tiene y que percepción se tiene de ella?

El presente artículo surge de una investigación llevada a cabo en un período de alrededor de un año y en la que se buscó responder a la interrogante, la cual se constituyó como el problema a resolver: ¿Existe algún impacto en la cultura del asistente a un mega evento deportivo con participación de atletas internacionales? Dar solución a esta interrogante resulta importante e interesante debido a que se observó la existencia de investigaciones desarrolladas previamente en torno a mega eventos deportivos que daban cuenta de diversos beneficios entre los que destacan aquellos obtenidos en torno al país anfitrión. Sin embargo, hay pocos estudios sobre el impacto cultural que estos mega eventos deportivos tienen o pueden llegar a tener en los asistentes, es por esto que nace la curiosidad de investigar sobre el tema, para poder determinar en qué grado ésta se ve impactada. Una posible respuesta a dicho cuestionamiento consiste en afirmar que la asistencia a un mega evento deportivo con participación de atletas internacionales modifica la cultura del asistente, esto constituye la hipótesis de este trabajo la cual es de tipo cualitativa y correlacional, en ella se identifica como variable independiente la asistencia a un mega evento deportivo y como variable dependiente la modificación en la cultura.

Así pues, el objetivo central de esta investigación consistió en buscar y determinar en qué grado se modificó la cultura del asistente a un mega evento deportivo con participación de atletas internacionales, Para el logro del mismo cabe destacar los objetivos secundarios: dar una definición de lo que es un evento, para des-

pués a través de una taxonomía de la palabra poder distinguir de los demás tipos de acontecimientos lo que es un evento deportivo y posteriormente proseguir con una definición de lo que se considera un mega evento deportivo, especificar qué es un atleta internacional participante en un mega evento, definir el concepto de cultura, mencionar sus principales elementos, ahondar en los distintos tipos de cultura, hablar sobre las distintas formas de transmitir la cultura, y la forma en que ésta se puede ver influenciada, para así delimitar los aspectos de la cultura que se medirán a lo largo del trabajo, y utilizar una encuesta como instrumento metodológico a fin de darle encuadre, veracidad y aceptación al presente trabajo de investigación.

### **Definición conceptual**

Por lo anterior, a continuación, se exponen los conceptos con los que se desarrolló el estudio. Comenzando por la palabra mega evento deportivo, etimológicamente hablando, la palabra “mega evento”, es un neologismo formado por el prefijo griego *μεγα* (grande) y por la palabra latina eventos acontecimiento, suceso importante, (Llopis, 2012) por lo cual, la traducción inicial aceptada alrededor del mundo era “mega events”, al haber sido adaptada a la lengua española, esta se transformó en mega eventos, así mismo autores como: (Horne,2006), (Roche,2000) y (Rubio.2013) ofrecen diversas definiciones del concepto, por lo que se puede concluir que un mega evento deportivo es un acontecimiento a gran escala de corta temporalidad, donde se llevan a cabo actividades físicas, que, además está caracterizado por la participación de atletas de distintas nacionalidades, y la asistencia de espectadores y audiencias de carácter internacional, con un profundo significado a nivel global.

En estos acontecimientos, de acuerdo con la definición citada, se cuenta con la participación de atletas internacionales, que de acuerdo con las definiciones que ofrecen (Cambridge, 2017), (RAE, 2017), (Murai, 2016) se define como aquella persona que participa en una competición física a nivel internacional representando a su país, teniendo como objetivo el derrotar a uno o varios rivales a fin de alcanzar el triunfo. Hasta aquí, tenemos claro que es un mega evento deportivo con participación de atletas internacionales.

Así pues, si con esta investigación se buscó determinar en qué grado se ve impactada la cultura del asistente a un mega evento deportivo con participación de atletas internacionales, fue preciso ahora detallar qué entendemos por cultura. Iniciemos con las raíces etimológicas: la palabra cultura viene del latín *colo*, *colere*, *cul-tum*, que significa cultivo de la tierra (Etimologías de Chile, 2017), el cultivar significa crecer, hacer germinar la semilla, sin embargo, a través de los tiempos el término va tomando diversas connotaciones así por ejemplo hay estudiosos entre los que destacan (Sastre, 2009) y (Altieri, 2001) que ofrecen distintas definiciones, con base a éstas podemos decir que la cultura es el conjunto de actividades sociales de tipo; económicas, educativas, recreativas, culturales, artísticas, éticas, científicas, que son desempeñadas por una población en específico, dentro de una época determinada, que caracterizan la forma de vida de dicha sociedad.

Frente a esta definición puede señalarse que existe para cada grupo social un tipo específico de cultura que le es característico y que la dota de particularidad. A esos elementos concretos en la cultura de un grupo social que la diferencian de los demás se les denominan rasgos culturales, su esencia consiste en que pueden ser aislados y definidos con claridad, pero por sí solos carecen de valor, por lo cual deberán estar integrados en complejos cultu-

rales que son el cúmulo de rasgos culturales. (Collazos, 2009). La importancia de dichos elementos recae en que se ven reflejados diariamente en todas las actividades sociales que los individuos llevan a cabo, y que además le dan un propósito a su obrar.

Ahora bien, al encontrarnos hablando sobre un tema en específico y teniendo como preámbulo que se busca determinar el impacto cultural en el asistente es preciso detallar que este es aquella persona que acude a un lugar público, a presenciar un espectáculo, en este caso de índole deportiva, pero sin formar parte de él.

### **Definición operacional**

El instrumento utilizado está conformado por una encuesta que fue diseñada y utilizada para la medición de la correlación existente entre las variables de nuestra hipótesis. A continuación, se da a conocer el diseño completo de dicho instrumento, el cual permitió obtener información para cumplir con los propósitos del presente trabajo.

Los objetivos a los que se encaminó la aplicación de este instrumento son: determinar en qué grado la asistencia a un mega evento deportivo con participación de atletas internacionales modifica la cultura del asistente, identificar cuáles son los elementos culturales que son transmitidos al asistente al mega evento deportivo con participación de atletas internacionales.

Para la medición de la correlación existente entre las variables de nuestra hipótesis, se aplicó una encuesta, la cual tomó como referencia el formulario propuesto por el autor Greg (Richards, 2017) de manera tal que se usaron como punto de partida dos de las cuatro dimensiones que el autor propone: compromiso afectivo, referente a aquello que la persona obtiene del even-

to: emociones, energía emocional, intimidad, aventura, valores y recuerdos. Seguido por el compromiso cognitivo que alude a la interpretación, aprendizajes, intelecto, adquisición de conocimientos, reflexión que el asistente al evento realiza. Para el enriquecimiento del cuestionario se creó una tercera categoría a la cual se le denominó: aspectos culturales. Esta se fundamenta en el marco conceptual de la investigación y engloba todas las conjeturas en torno a la cultura como: sus tipos, sus elementos, su forma de transmisión, solo por mencionar algunos.

- Compromiso afectivo: preguntas 2 a 5.
- Compromiso cognitivo: preguntas 6 a 8.
- Aspectos culturales: preguntas 9 a 12.

### **Medición:**

Para la medición de las respuestas proporcionadas por los encuestados se emplearon tres modalidades de la escala de Likert:

#### **A.**

Muy en desacuerdo  
De acuerdo  
Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
En desacuerdo  
Muy en desacuerdo

#### **B.**

Muy satisfactorio  
Satisfactorio  
Ni satisfactorio ni insatisfactorio  
Insatisfactorio  
Muy insatisfactorio

**C.**

Inexistente

Limitado

Indiferente

Existente

Predominante

De la misma forma, se elaboraron preguntas de respuesta cerrada para facilitar la recopilación de la información.

**Alcances y limitaciones**

El estudio se enfocó en participantes mexicanos asistentes al mundial de futbol 2014 en Brasil, el caso pudiera ser particularmente significativo debido a que México y Brasil son países americanos que comparten ciertas características, sin embargo, los alcances de la investigación coherentes con los objetivos previamente citados hacen que se trate de una investigación enfocada en aspectos culturales que previamente no se han indagado al hablar de asistentes a mega eventos deportivos. Al reconocer la multiculturalidad se tienen claras las limitaciones respecto a hacer generalizaciones aventuradas.

**Aporte**

El mundial de Brasil de 2014 visto como un mega evento deportivo que reunió a miles de personas provenientes de todas partes del mundo representó para los asistentes un espacio donde se dio ocasión para que entre ellos se suscitara interacciones sociales, mismas que como lo señala Guillermo Bonfil son el ingrediente principal para que puedan ser posibles los contactos culturales. En el caso particular del presente trabajo se observó dentro de estos procesos que los mega eventos deportivos se constituyen en

elementos enculturadores ya que como lo define Díaz Aguado (1999 p. 116). “La enculturación unifica a las personas al proporcionar experiencias comunes” que más tarde traen consigo aprendizajes que se traducen en enriquecimiento cultural sobre todo en los aspectos de: deporte, idioma, tradiciones, rituales y arquitectura. De tal forma que la derivación práctica de esta investigación resultó en la realización de una infografía que tiene como objetivo crear consciencia en las personas sobre la importancia de los mega eventos deportivos a nivel cultural a través de la revelación de los resultados obtenidos en la presente investigación, con la finalidad de que los futuros asistentes a mega eventos deportivos tengan en mente la relevancia de este tipo de acontecimientos.

### **Revisión de la literatura**

Dentro de los autores citados para la elaboración del marco teórico de la presente investigación destacan: (Fussy, 2011) con sus estudios de los mega eventos, (Roche, 2000) con su trabajo sobre modernidad y mega eventos, (López, 2012) y sus aportaciones a los mega eventos con perspectiva científica, (Martínez, 2009) con su perspectiva histórica, (Parra, 2016) y su trabajo relacionado con el impacto social derivado de los eventos deportivos, (Getz, 2012) y su aportación en cuanto al estudio de eventos y su planeación, (Okayasu, 2016) con su análisis de los aspectos recreativos de los deportistas participantes en eventos deportivos y por último (Alegi, 2013) y su discusión relacionada con el Mundial de Fútbol de Africa, entre muchos otros.

Así mismo, también se tomaron en cuenta las definiciones de literatos como: Michael Desbordes (2006), Ferrand Alain (2007), Marcela Argumedo (2012), Sven Damm (2012), Alejandro de la

Rosa (2017), Vicente Añó Sanz, (2003), Going Llopis (2012), K. Rubio (2012), Manuel Castells (1999), solo por mencionar algunos. Todas las fuentes literarias citadas en la obra se encuentran al final de este documento, pues cada una de ellas representó una pieza esencial en la fundamentación conceptual, teórica, práctica y científica del trabajo de investigación del cual emerge este artículo.

## METODOLOGÍA

El instrumento utilizado para la medición de la correlación de las variables de la hipótesis fue una encuesta. Los objetivos a los que se encaminó la aplicación de este instrumento fueron:

- Determinar en qué grado la asistencia a un mega evento deportivo con participación de atletas internacionales modifica la cultura del asistente.
- Identificar cuáles son los elementos culturales que son transmitidos al asistente al mega evento deportivo con participación de atletas internacionales, así como la forma en que éstos se transmitieron, para así analizar los cambios culturales que pudieran obtenerse a partir de la asistencia a un mega evento deportivo y lograr dar una explicación sobre la forma en que el asistente a un mega evento deportivo con participación de atletas internacionales, modifica su cultura.

A la par se estableció que para ser partícipes de la encuesta los encuestados deberían de cumplir con el criterio de haber asistido al Mundial de Brasil del 2014, sin importar su género, pero debían tener entre 24 y 44 años de edad. Es importante mencionar que la

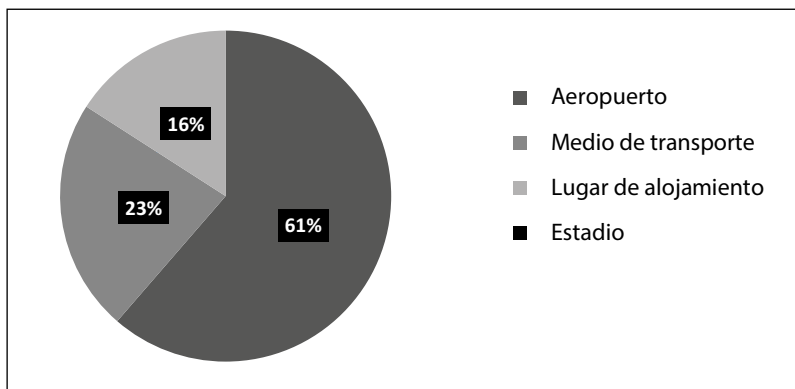
aplicación se realizó utilizando herramientas digitales tales como google docs.

Considerando que la población o número de mexicanos que asistió al Mundial de Brasil en 2014 fue de 30,000 espectadores, de los cuales el 80% con edades entre los 20 y 40 años aproximadamente, se obtuvo así una muestra de 44 personas que precisamente entran dentro del rango pues sus edades van entre los 24 y 44 años de edad.

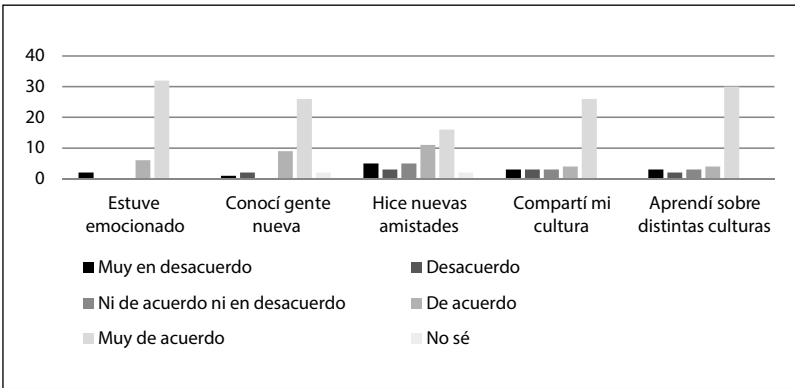
### Resultados y discusión

El Mundial de Futbol fue la causa principal por la que los asistentes desearon ir al país anfitrión, así mismo durante su visita se sintieron muy satisfechos, pues afirman haber aprendido algo calificando su experiencia como buena. También, podemos afirmar que fue una oportunidad para conocer particularidades de otras culturas. A continuación se muestran los resultados más relevantes de la aplicación del instrumento (ver Gráfica 1).

**Gráfica 1:** ¿En dónde tuvo lugar tu primer acercamiento con una cultura distinta a la tuya?



Fuente: elaboración propia con datos del instrumento aplicado.

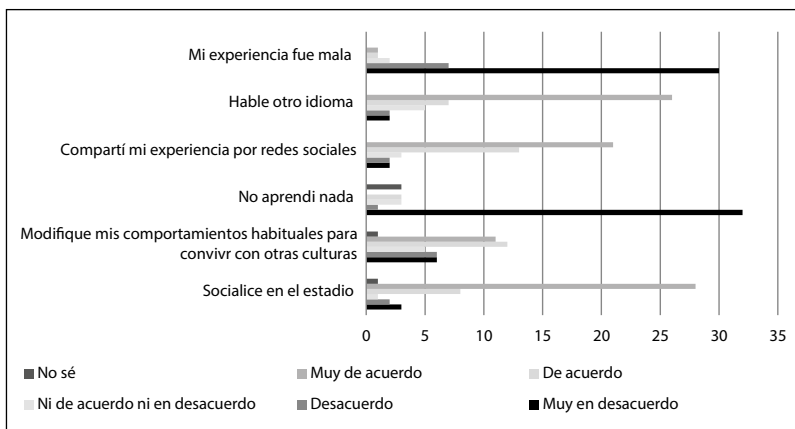
**Gráfica 2:** Experiencias durante el mundial.

**Fuente:** elaboración propia con datos del instrumento aplicado.

El 61% de los primeros acercamientos culturales que presenciaron los asistentes en el aeropuerto, es decir desde su llegada a Brasil, el otro 23% lo vivió al momento de abordar algún tipo de medio de transporte, y el 16% restante tuvo un acercamiento cultural hasta llegar a su lugar de alojamiento. Lo anterior nos hace darnos cuenta que desde su llegada a Brasil los asistentes presenciaron algún tipo de acercamiento cultural (ver Gráfica 2).

Las encuestas revelan que el 80% de los asistentes se mostró emocionado durante la realización del mundial, 65% conoció a gente nueva, pero solo el 38% hizo amistad con ellos. Cabe destacar que 62% tuvo ocasión de compartir la cultura mexicana con otras personas, al mismo tiempo que el 71.4% aprendió sobre distintas culturas y solo el 7.1% se mostró muy en desacuerdo con la cuestión anterior (ver Gráfica 3).

El 73.1% de los encuestados se mostró muy en desacuerdo al hecho de haber tenido una mala experiencia durante el mundial, solo el 2.4% de ellos se manifestó muy de acuerdo a la cuestión

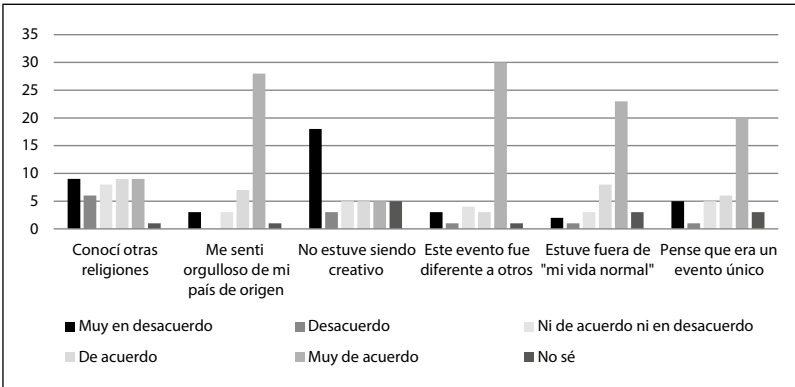
**Gráfica 3:** Experiencias adicionales sobre el mundial.

**Fuente:** elaboración propia con datos del instrumento aplicado.

anterior, del mismo modo 62% confiesa haberse visto en la necesidad de hablar en otro idioma para poderse comunicar. Los asistentes compartieron su experiencia a través de redes sociales en un 51.2% (muy de acuerdo) y 31.7% (de acuerdo). 76.1% de los espectadores estuvo muy en desacuerdo con la afirmación no haber aprendido nada, el 29.2% de ellos modificó sus comportamientos habituales para convivir con otras culturas, así mismo 65.1% de ellos tuvo ocasión de socializar en el estadio (ver Gráfica 4).

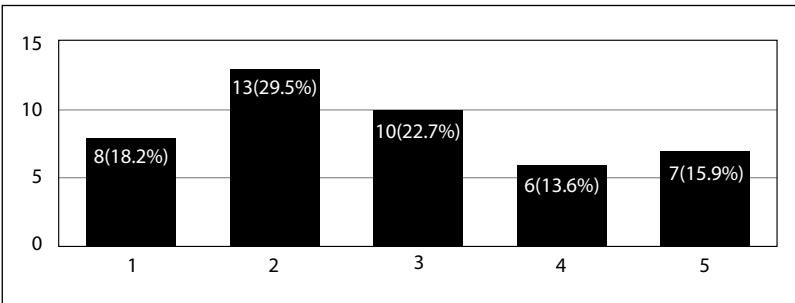
Al cuestionar a los asistentes sobre si conocieron otras religiones obtuvimos opiniones muy diversas, pues el 22% de ellos por igual considera estar: muy de acuerdo, de acuerdo y muy en desacuerdo, lo que indica que el aspecto religioso estuvo presente para la mayoría de las personas pues fueron más los que eligieron un valor positivo. Así mismo el 66.6% se mostró orgulloso de ser mexicano, pues el 50% considero que el mundial era un evento único que los hizo sentirse fuera de su vida normal 57.3% (ver Gráfica 5).

**Gráfica 4:** Otras experiencias durante el mundial.



Fuente: elaboración propia con datos del instrumento aplicado.

**Gráfica 5:** ¿Los intercambios culturales tuvieron lugar principalmente en el estadio?

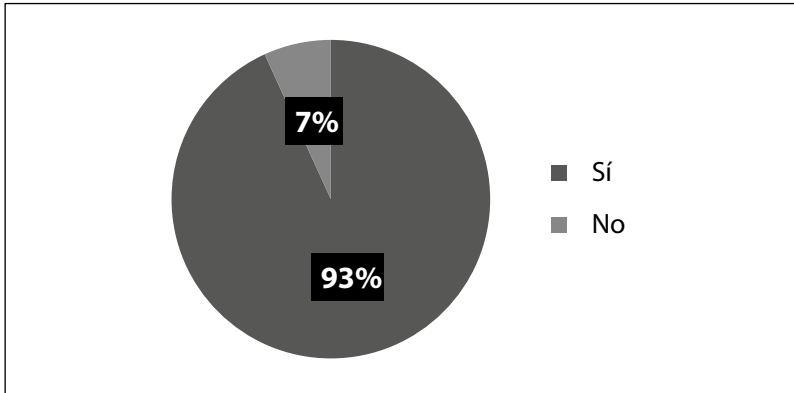


Fuente: elaboración propia con datos del instrumento aplicado.

El 15.9% de los encuestados contestó estar muy de acuerdo con el hecho de que los estadios fueron los principales lugares donde se realizaron los intercambios culturales, en contra parte el 29.5% reveló estar en desacuerdo con esta cuestión, así mismo el 22.7% declara no estar de acuerdo ni en desacuerdo (ver Gráfica 6).

El 93% de las personas encuestadas revela haber adquirido algún tipo de conocimiento referente a la cultura y únicamente el

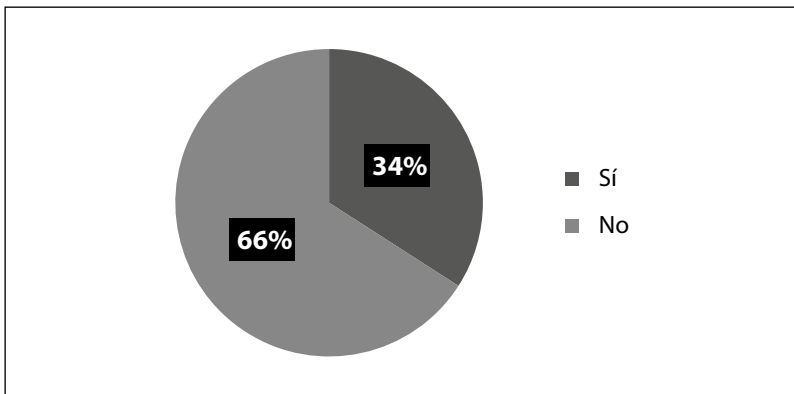
**Gráfica 6:** ¿Regresaste a casa con algún tipo de aprendizaje relacionado a la cultura?



Fuente: elaboración propia con datos del instrumento aplicado.

7% de ellas declara no haber aprendido nada durante su estancia en el mundial (ver Gráfica 7).

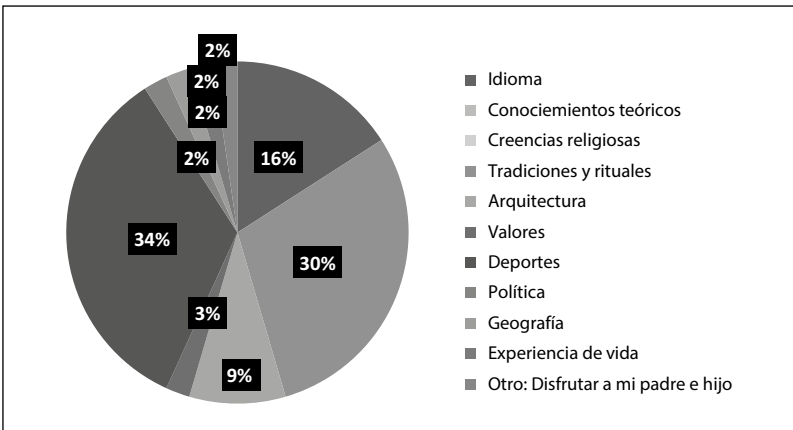
**Gráfica 7:** ¿Modificaste alguno de tus hábitos a partir de lo que viviste en Brasil?



Fuente: elaboración propia con datos del instrumento aplicado.

Se observó que el 34% de los asistentes modificó algún tipo de comportamiento a partir de lo vivido durante el Mundial de Brasil 2014, por lo que podríamos suponer que existió algún tipo de modificación de hábitos. En contra parte el 66% de ellos conservó sus hábitos cotidianos (ver Gráfica 8).

**Gráfica 8:** Tu mayor aprendizaje al asistir al mundial estuvo relacionado con:

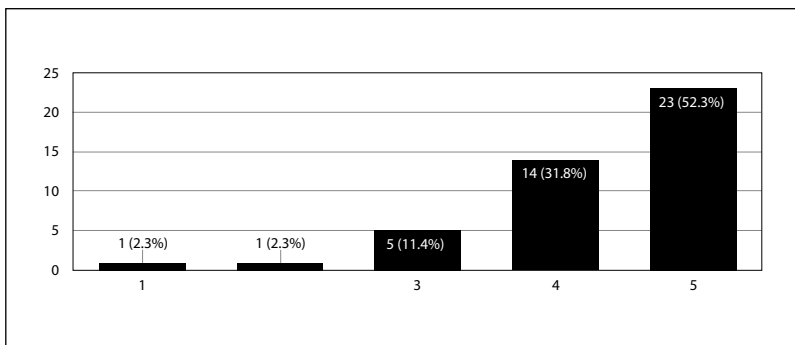


**Fuente:** elaboración propia con datos del instrumento aplicado.

El aprendizaje más recurrente en los asistentes estuvo relacionado al aspecto deportivo (34%) lo cual no es de extrañarse por la naturaleza del evento; sin embargo, 30% de ellos reveló haber adquirido conocimientos relacionados a las tradiciones y rituales característicos del país anfitrión, también existió un 16% de la población cuya lección se centró en el lenguaje, producto de su constante interacción con personas de diferentes países. Factores

culturales como: la arquitectura, valores, política, geografía, experiencia de vida recibieron los porcentajes más bajos. Sin embargo, cabe destacar una de las respuestas de los encuestados la cual cita que su mayor experiencia fue el haber podido disfrutar a su padre y/o a su hijo (ver Gráfica 9).

**Gráfica 9:** El impacto a nivel cultural de un Mundial es:



**Fuente:** elaboración propia con datos del instrumento aplicado.

El 52.3% de los encuestados considera que el impacto cultural proveniente del mundial es predominante, de la misma manera el 31.8% declara que dicho impacto es existente, lo que nos habla de que las personas están conscientes de ello, por el contrario, solo el 11.4% manifiesta que dicho impacto es indiferente.

A partir de las respuestas obtenidas con la aplicación del instrumento de investigación se puede aseverar que los mega eventos deportivos son acontecimientos que en actualidad están adquiriendo mayor importancia. Debido a sus múltiples cualidades y particularidades, representan para las personas un atractivo que ya por situaciones sociales o personales, los llevan a asistir a eventos de dicha magnitud, lo que ocasiona que sea una de las prin-

cipales razones por las cuales el espectador desee visitar el país anfitrión. El deporte, y en este caso específico, el fútbol, es considerado como un generador de agrado y entretenimiento para el espectador, (lo cual se encuadra en la dimensión afectiva de la escala que dio sustento a la generación de la encuesta).

En este tipo de eventos el acercamiento cultural entre asistentes de distintas naciones tiene lugar desde el momento que el espectador se encuentra en el aeropuerto destino, lo cual quedó ampliamente confirmado por las personas que fueron entrevistadas previamente a la aplicación de la encuesta, pues en sus comentarios no dejaron de afirmar cómo a su llegada al país anfitrión, además de encontrarse rodeadas de propaganda sobre el evento era particularmente destacable un ambiente culturalmente característico de los brasileños, el intercambio cultural tuvo lugar inclusive en los medios de transporte y de igual forma en los lugares de alojamiento. Así pues, los intercambios culturales no tuvieron lugar tan sólo en los estadios, que eran centros de reunión en común por el tipo de evento a que se hace referencia en la presente investigación.

Durante su estancia en Brasil, la mayoría de los asistentes confiesa que para poder convivir con otras culturas modificaron su comportamiento, o bien tuvieron que hablar otro idioma distinto a su lengua materna, teniendo la oportunidad de aprender de otras culturas al mismo tiempo que compartieron la suya. Los elementos culturales de mayor asimilación para los espectadores fueron de carácter deportivo, lo cual no muestra un hallazgo de gran importancia debido a la naturaleza del evento, sin embargo, si es de destacarse un gran aprendizaje en relación a las tradiciones y rituales del pueblo brasileño donde destacó la música y el baile, otro elemento cultural de relevancia fue la arquitectura.

Estos elementos culturales pertenecen a la cultura mental, social, popular y deportiva.

Lo anterior nos lleva a afirmar que la adaptación cultural existente entre los asistentes al Mundial de Brasil 2014 fue de tipo intercultural, pues se dio en un marco donde los asistentes compartieron sentimientos de agrado y emoción, que fueron generadores de aprendizaje y conocimiento, sin embargo, a pesar de que el proceso de socialización resultó enriquecedor, en su mayoría, no ocasionó que el asistente sustituyera hábitos culturales propios por los de otra cultura, de hecho, aquellas personas que mostraron un cambio transcultural lo hicieron solamente en un área pequeña de su vida, sobre todo en el aspecto familiar y social, para ello un dato muy representativo es el hecho de que a partir de su asistencia al mundial los asistentes aumentaron su orgullo nacional.

En el intercambio con personas de diferentes naciones es importante destacar que más allá del evento deportivo se abren espacios para la convivencia donde los asistentes logran conocer costumbres, tradiciones de otra personas y países, sin embargo, los aprendizajes no logran modificar conductas, sino que impactan en cuestiones de tipo cognitivo y afectivas.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El Mundial de Brasil de 2014 visto como un mega evento deportivo que reunió a miles de personas provenientes de todas partes del mundo representó para los asistentes un espacio donde se dio ocasión para que entre ellos se suscitara interacciones sociales, mismas que son el ingrediente principal para que puedan ser posibles los contactos culturales. En el caso particular del

presente trabajo se observó dentro de estos procesos que los mega eventos deportivos se constituyen en elementos enculturadores ya que como lo define Díaz Aguado (1999, p. 116). “La enculturación unifica a las personas al proporcionar experiencias comunes” que más tarde traen consigo aprendizajes que se traducen en enriquecimiento cultural sobre todo en los aspectos de; deporte, idioma, tradiciones, rituales y arquitectura.

De acuerdo con la investigación tanto documental como de campo, podemos afirmar que los mundiales de futbol además de promover la multiculturalidad también son eventos deportivos generadores de interculturalidad entre los asistentes, pues la constante convivencia y socialización que tiene lugar en los diversos escenarios, como: los estadios, el aeropuerto, el transporte y los fans zones, hacen que se transite de la multiculturalidad, es decir de la existencia de múltiples culturas presentes en un solo espacio (a través de los asistentes de diferentes nacionalidades), a la interculturalidad: al enriquecimiento e intercambio culturales. Esta interculturalidad posee una característica que vale la pena resaltar y que abra de servir para futuras indagaciones: los intercambios culturales, se presentan en un marco donde las interacciones se llevan a cabo de manera armónica, creando un ambiente que favorece la generación e interacción de conocimiento.

Por lo que valdrá la pena averiguar si este marco armonioso corresponde a la cultura del país anfitrión, a las características de sus habitantes, a la nacionalidad de los participantes estudiados o al tipo de evento deportivo, pues como lo señaló previamente José Samuel Martínez (2009), el deporte posee, como ámbito de generación cultural, ciertas características particulares pero dentro de éstas no se hace referencia a la situación armoniosa.

Por otra parte, el impacto en la cultura de los asistentes a un mega evento deportivo, sin duda puede verse modificada de maneras muy diversas y las características individuales son aspectos que también pueden ser tomados en cuenta.

Aunque es correcto afirmar que la comprobación hipótesis formulada en el presente trabajo de investigación arrojo resultados congruentes con ella respecto al impacto cultural que tienen los mega eventos deportivos, se observó que en este tipo de acontecimientos tienen lugar diversos factores que se pudieran calificar de ambiguos o intangibles por lo que su medición se podría complicar, sin embargo, esta brecha puede cerrarse con instrumentos cuidadosamente diseñados como el caso de la encuesta aplicada, aunque cabe señalar que también existen datos valiosos obtenidos a través de la entrevista que no pueden ser cuantificados pero que abren brechas para indagar si este tipo de acontecimientos se presentan un periodo importante dentro de la historia de vida de los espectadores o de su historia como fans del deporte.

Con respecto a lo tangible en este estudio: la obtención de conocimientos por parte de los espectadores sobre aspectos culturales, particularmente del país anfitrión, extiende la posibilidad para indagar sobre el impacto cultural que puede tener el intercambio cultural con personas asistentes de otros países con las que se tuvo contacto directo.

Por último, es de destacar que en este tipo de eventos: Mega eventos deportivos con participación de atletas internacionales, existe una notoria necesidad de los espectadores por portar y dar a conocer al resto de los participantes símbolos que caracterizan su nacionalidad, por lo que se hace patente de muchas maneras el nacionalismo de los participantes y en consecuencia de todo lo relacionado con la propia conducta.

## ANEXO 1 INSTRUMENTO APLICADO

Cuestionario de la encuesta:

Impacto Cultural del mundial de Brasil 2014

El presente formulario tiene la finalidad de conocer la experiencia del encuestado durante la realización del mundial de Brasil 2014.

**1. Género**

- Mujer
- Hombre

**2. ¿Cuáles fueron las razones principales por las cuales asististe al Mundial de Brasil?**

- Me gusta este tipo de eventos
- Entretenimiento
- Pasar tiempo con familia y amigos
- Ocasión especial
- El programa del evento
- Visitar el área
- Para aprender algo
- Para probar algo nuevo
- Otra:

**3. ¿Has asistido a otro mundial?**

- Sí
- No

**4. ¿Qué tan influyente fue el Mundial en tu decisión de visitar Brasil?**

- La única razón por la cual lo visitaría
- Una de las razones principales por lo cual lo visitaría
- Una de muchas razones por lo cual lo visitaría

- No fue un factor, lo visitaría de todas maneras (ej: vacacionaria ahí)
5. **En una escala del 1 (Muy insatisfactorio) al 5 (muy satisfactorio) ¿Cómo fue tu experiencia en el Mundial?**
- Muy satisfactorio
  - Satisfactorio
  - Ni satisfactorio ni insatisfactorio
  - Insatisfactorio
  - Muy insatisfactorio
6. **¿Dónde tuvo lugar tu primer acercamiento con una cultura distinta a la tuya?**
- Aeropuerto
  - Medio de transporte
  - Lugar de alojamiento
  - Estadio
  - Otro:
7. **Por favor califica las siguientes afirmaciones en una escala del 1 (Muy en desacuerdo) al 5 (muy de acuerdo) Durante el Mundial yo...**

Estuve emocionado (a)	○	○	○	○	○	○	○	○
Conocí gente nueva	○	○	○	○	○	○	○	○
Hice nuevas amistades	○	○	○	○	○	○	○	○
Compartí mi cultura	○	○	○	○	○	○	○	○
Aprendí sobre distintas culturas	○	○	○	○	○	○	○	○
Socialicé en el estadio	○	○	○	○	○	○	○	○
Modifiqué mis comportamientos habituales para convivir con otras culturas	○	○	○	○	○	○	○	○

No aprendí nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compartí mi experiencia por redes sociales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hablé otro idioma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mi experiencia fue mala	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocí otras religiones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me sentí orgulloso(a) de mi país de origen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No estuve siendo creativo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Este evento fue diferente a otros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estuve fuera de "mi vida normal"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pensé que era un evento único	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**8. Los intercambios culturales tuvieron lugar principalmente en el estadio.**

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

**9. ¿Regresaste a casa con algún tipo de aprendizaje relacionado a la cultura de otra nación?**

- Sí
- No

**10. ¿Modificaste alguno de tus hábitos a partir de lo que viste en Brasil?**

- Sí
- No

**11. Tu mayor aprendizaje al asistir al mundial estuvo relacionado con:**

- El idioma
- Conocimientos teóricos
- Creencias religiosas
- Tradiciones y rituales
- Arquitectura
- Valores
- Deporte
- Política
- Otro:

**12. El impacto a nivel cultural de un Mundial es:**

- Inexistente
- Limitado
- Indiferente
- Existente
- Predominante

Muchas gracias por haber participado en este cuestionario. Su respuesta es de gran importancia para esta investigación.

## FUENTES DE CONSULTA

- Alegi, P. (2013). *Africa's World Cup : Critical Reflections on Play, Patriotism, Spectatorship, and Space*. University of Michigan Press.
- Añó Sanz, V. (2003). *Organización y gestión de actividades deportivas: los grandes eventos*. Barcelona, España: Barcelona INDE.
- Argumedo, M. (2012). tipología y clasificación de los eventos. *Fundación Universitat*.
- Cambridge, U. d. (4 de septiembre de 2017). *Diccionario de Cambridge*. Obtenido de <http://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/athlete>
- Castells, M. (1999). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Siglo veintiuno.
- Collazos, M. (2009). La cultura y el proceso de socialiación. *Sociología*, 10.
- Damm, S. (2012). *Event Management: How to Apply Best Practices to Small Scale Events*. DiplomaticaVerlang.
- De la Rosa, A. (7 de enero de 2017). Ven potencial en turismo de negocios. *El Economista*, pág. 2.
- Desbordes, M. (2006). *Gestión y Organización de un evento deportivo*. Barcelona, España: INDE publicaciones.
- Díaz- Aguado, M. (1999). *Igualdad y diversidad*. Barcelona: Psicología educativa.
- Etimologías de Chile. (14 de septiembre de 2017). *Etimologías de Chile*. Obtenido de Cultura: <http://etimologias.dechile.net/?cultura>
- Ferrand, A. (2007). *La gestión del sponsoring deportivo : principios estratégicos, operativos y jurídicos*. Barcelona: Paidotribo.
- Fussy, P. (2011). Introduction: towards new frontiers in the study of mega-events and the city. *Revista Brasileira e Gestãõ Urabana*, 3(2), 149-155.
- Getz, D. (2012). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Nueva York: Routledge.
- Richards, Greg (2017). Experiencias turísticas en festivales y eventos. *Revista de Tursimo y Patrimonio Cultural*, 11-29.
- Horne, J. M. (2006). *An introduction to the sociology of sports mega-events*. EUA: Blackwell Publishing Ltd.

- Llopis, G. (2012). *Mega eventos deportivos: perspectivas científicas y estudios de caso*. Barcelona: UOC.
- López, R. (2012). *Mega Eventos Deportivos perspectivas Científicas*. Barcelona: UOC.-
- Martínez, J. S. (2009). *Dossier Deporte, Cultura y Comunicación*. Obtenido de efdeportes.com: <http://www.efdeportes.com/efd171/los-eventos-deportivos-concepto-historia.htm>
- Milazzo, L. (1999). *Socialización*. Venezuela: Universidad José María Vargas.
- Okayasu, I. N. (2016). Recreational sports event participants' attitudes and satisfaction: cross-cultural comparisons between runners in Japan and the USA. *Managing Sport and Leisure*, 20(3), 164-180.
- Parra, D. (2016). Percepción de los visitantes sobre el impacto social y sus intenciones con respecto a la celebración de un evento deportivo de pequeña escala. *Revista de Psicología del Deporte*, 93-96.
- RAE. (2017). *Diccionario de la Real Academia Española*. Obtenido de Participación: <http://dle.rae.es/?id=S05KMbw>
- Roche, M. (2000). *Mega Events and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture*. Londres: Roudledge.
- Rubio, K. (2013). Os Jogos Olímpicos e a Transformações das Cidades: os custos sociais de um mega evento". *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 194.
- Sastre, F. (2009). ¿Qué entendemos por cultura?. Córdoba: El Cid.

Copyright of Hospitalidad ESDAI is the property of Universidad Panamericana and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.