



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO

**Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Xochimilco**

División de Ciencias Sociales y humanidades

Licenciatura en Sociología

Módulo XII “Sociología y Sociedad”

Asesor: Alfonso León Pérez

“El Impacto Social que tiene la Fórmula 1 en la Ciudad de México.”

**Sixto Orozco Noguez
Matricula: 2173021266**

Índice

Introducción	3
Capítulo 1. Grandes Eventos Deportivos	5
Capítulo 2. El Impacto Social en la Ciudad	9
Capítulo 3. El Gran Premio de México y El papel del Estado	17
Capítulo 4. La F1 como fenómeno Social en la Ciudad de México	25
Conclusiones	30
Referencias:	31

Introducción

En esta investigación se analiza el impacto social que tiene un evento deportivo como la Fórmula 1 en la Ciudad de México, ya que la magnitud de este evento nos permite entender al deporte como un fenómeno social y cultural que ha tomado gran relevancia a nivel global en las últimas décadas; en el cual se involucran temas económicos con prestigio empresarial y políticos a nivel subnacional. Además, promueve la imagen de la ciudad anfitriona, la creación de empleos, la inversión privada y pública para la realización del evento. No obstante, también existen algunas problemáticas importantes que es necesario resaltar como, la distribución de la riqueza generada por estos tipos de eventos, la transformación de la ciudad anfitriona, que provoca cambios en el transporte público, la infraestructura de la zona urbana en donde se lleva a cabo el evento, el medio ambiente, entre muchas otras problemáticas.

A partir de la exposición anterior es fácil dar cuenta de que estamos ante un fenómeno de múltiples aristas. Estudiarlo en su totalidad no puede ser tarea de un solo proyecto de investigación, además de que muchas de sus dimensiones ya han sido abordadas exhaustivamente por diferentes disciplinas. Por lo anterior, en este trabajo hemos decidido centrar nuestra atención en un aspecto muy particular de la problemática, es decir, la complejidad de la organización de un evento deportivo tan grande como la Formula 1 y el impacto social que genera en la Ciudad de México, específicamente en los alrededores del Autódromo Hermanos Rodríguez, delegación Iztacalco en la Ciudad de México, en sus últimas ediciones transcurridas desde el regreso de la F1 a México en 2015 hasta el presente año 2022. La intención es primero analizar los flujos económicos generados por este evento deportivo, la inversión e intervención del estado para la organización, la rentabilidad del evento, así como las problemáticas que pueda llegar a ocasionar en la ciudad un evento tan grande (Capítulo 2 y 3), para posteriormente revisar la especificidad de casos concretos en la reestructuración de la Ciudad y sus efectos en la sociedad. En este último capítulo es donde se encuentra el aporte a la sociología, una sociología que va de la mano con el deporte en busca de reflexión sociológica sobre el tema del deporte, que sufre todavía una dificultad para asignarle dignidad académica al tema, y conferirle un rango de campo disciplinario específico (Capítulo 4).

El primer capítulo de nuestra investigación está dedicado a hacer un breve repaso de una parte muy pequeña de la literatura sobre las condiciones en las que se organiza un evento

deportivo, así como las motivaciones de la organización misma. Es decir, es importante conocer la historicidad que gira en torno a los grandes eventos deportivos, para entender cómo es que el deporte moderno ha evolucionado sustancialmente en los últimos años, principalmente en los aspectos económicos y organizativos (Sanz, 2000).

En el segundo capítulo, trabajaremos a profundidad con el concepto Impacto Social, aunque tratando de adecuarlo al contexto que suscita un evento deportivo, es decir, como se puede medir el impacto social, cuáles son las variables que podemos tomar en cuenta y porque, así como la relación entre grandes eventos deportivos e impacto social.

En el tercer capítulo, vamos a analizar la participación del estado en la organización del Gran Premio de la Ciudad de México, es decir, la inversión que hace el estado, la planificación, también la imagen que genera la ciudad al ser anfitriona de la carrera, se propone evaluar la rentabilidad del gran premio de México, considerando la inversión del estado y los beneficios generados a la Ciudad.

Por último, se dedicará el cuarto capítulo exclusivamente al análisis del caso concreto de sobre aquellos aspectos que generan beneficios y hay que explotar, y aquellos que no son tan significativos y se pueden mejorar o cambiar, es decir, poder ver el gran premio de México como un fenómeno social y el impacto que este genera en la ciudad.

Imprescindible mencionar que el trabajo que a continuación se presenta es una revisión teórica que nos explica porque el deporte se puede entender como un fenómeno social, también las razones por las cuales los eventos deportivos marcan una ciudad, cambian sus rutinas, ideas, juegan un papel visible en la diferenciación de clases, por que es importante para una ciudad contar con eventos de este tipo y cual es el rol de que juegan los habitantes de la ciudad antes, durante y después del evento. Para explicar todo lo anterior se utiliza como ejemplo la F1, específicamente el Gran Premio de México.

Palabras clave:

Eventos deportivos, impacto social, políticas públicas, inversión del estado, reestructuración urbana, Fórmula 1, Gran premio de México.

Capítulo 1. Grandes Eventos Deportivos.

En esta introducción del primer capítulo es fundamental esclarecer que es un “gran evento deportivo”, ya que eventos de este tipo hay demasiados, desde los eventos que se realizan en fomento al deporte, por salud, u otras motivaciones, pero en esta investigación solo nos vamos a centrar en magnos eventos, es decir, eventos deportivos que sean seguidos por millones de espectadores y que tengan alcance a nivel internacional, también es fundamental que se considere una inversión millonaria en términos monetarios para la organización del evento.

Es importante tener en cuenta que los eventos deportivos no siempre fueron así de grandes, la primera olimpiada con una organización más compleja sería la de 1936 en Berlín, que se adelantaría varios lustros a su época por motivos que podríamos llamar de «escaparate político» y de utilización del deporte para propagar determinadas ideologías (Sanz, 2000 : 266). Lo que nos ayuda a entender que los eventos deportivos crecieron de manera exponencial en el último siglo gracias no solo a los espectadores si no también a que el deporte se convirtió en un medio de propaganda política, un mercado global y sobre todo una distracción para el pueblo.

Pero, en estos inicios, el deporte llevaba ya consigo un enorme caudal de competitividad y producción, que hoy metemos de lleno dentro del sector servicios —culturales y deportivos— y, desde el principio, amenazó con convertirse en el acontecimiento social de mayor nivel de audiencia e impacto del siglo XX. (Sanz, 2000: 266).

La organización de un gran evento deportivo significa de manera directa una inversión enorme en muchos sentidos, económica, social, cultural, por mencionar algunos, esto significa que no muchas ciudades o más bien solo algunas pocas ciudades en el mundo son capaces de organizar eventos deportivos importantes, por eso es que en muchos casos nadie quiere organizar Juegos Olímpicos, Mundiales de futbol o atletismo, Formula 1, entre otros, por sus elevados costos, unido a las complicaciones políticas y sociales. Ya que en varias ocasiones a la población no le parece que se inviertan tantos millones en un evento deportivo cuando existen muchas demandas sociales que no se atienden como la salud, la seguridad, educación y en estas se debería invertir en dinero del pueblo. El ejemplo perfecto fue el mundial de futbol Brasil 2014, en donde los datos aportados en febrero de 2014 por el ministro de Deportes de Brasil, Aldo Rebelo, informan que la inversión máxima actualizada

para la organización del mundial es de 13 mil 750 millones de dólares, una cifra bastante escandalosa, lo que evidentemente no le gustó mucho a la población, que aunque sea seguidora del deporte, ya que se trata de uno de los países con más seguidores de fútbol en el mundo, no le pareció que se invirtiera tanto dinero en la remodelación de estadios, cuando hay zonas, sin hospitales y con índices muy altos de pobreza, lo que se tradujo con múltiples marchas de protesta contra el gobierno mientras se jugaba el Mundial lo que originó muchas críticas a nivel internacional.

A si mismo ejemplos como los juegos olímpicos de México 68, Múnich 72 y, sobre todo, Montreal 76, en donde se registraron inversiones millonarias, problemas sociales y políticos generaron que en las décadas siguientes hubieran candidaturas únicas a los Juegos Olímpicos Moscú 80 y Los Ángeles 84 , esto significa que ninguna otra ciudad en el mundo quiso organizar el evento al saber de lo complejo que puede llegar a resultar ser anfitrión. Y desde la segunda mitad del siglo pasado se vuelto cada vez más complejo y caro poder albergar un evento de este nivel.

Desde entonces la organización del deporte se hizo cada vez más compleja y acaba convirtiéndose en UNA ORGANIZACIÓN SOCIAL PRODUCTIVA, merced a dos condiciones: a) al proceso de actualización de las «rígidas» normas de participación olímpica amateur. b) al creciente interés social por el espectáculo deportivo (Sanz, 2000: 267).

Por lo que es importante saber que un evento deportivo que aspire a ser grande debe considerar una inversión importante por parte del país organizador, que se encarga de contar con la infraestructura deportiva, de transportes y turística determinada, Para el país anfitrión existen una serie de promesas y expectativas de generación de riquezas, que pueden no concretarse y sí convertirse en deuda pública.

Pero estos eventos no se llevarían a cabo si no hubiera un derrame económico importante, recordaremos que, en cuanto al segundo aspecto es obvio la evolución del interés por el espectáculo deportivo, de manera que hoy no existe ningún otro que se le pueda comparar ni en asistencia directa de público ni en el nivel de telespectadores (Sanz, 2000). En resumidas cuentas, es un negocio bastante redituable, lo malo es que en la gran mayoría de los casos quien paga este evento, o por lo menos gran parte de él es la deuda pública de la ciudad o país anfitrión.

En resumidas cuentas y tomando en consideración todo lo anteriormente mencionado, Los grandes eventos deportivos, serán aquellos fenómenos deportivos que surgen de vez en

cuando, que cuentan con un alto nivel de repercusión social, una fuerte presencia de los medios de comunicación y generan ingresos económicos, (Monroy, 2008).

A su vez es importante poder establecer una tipología que nos permita identificar de una manera más practica el tipo de evento deportivo del cual estamos hablando.

Cada acontecimiento deportivo presenta particularidades que es necesario conocer y tener en cuenta en un análisis de impacto. Tampoco se puede olvidar el entorno ni aquellas condiciones que rodean el acontecimiento. Condiciones que van a contribuir a que la influencia económica y social sobre la zona donde se desarrolla sea menor o mayor (Barajas, 2015: 442).

Por ende, la tipología es esencial para abordar el evento deportivo y su impacto en la sociedad según sea el caso. En esta investigación seguiremos la siguiente tipología, sugerida por Sanz (2000):

- a) ACTOS PUNTUALES
- b) GRUPOS DEPORTIVOS
- c) ACTOS PERMANENTES

En esta investigación vamos a centrarnos en los primeros, es decir, los actos puntuales que hacen referencia directa a aquellos que se organizan esporádicamente, una vez al año, aunque se repitan todos los años y siempre en las mismas fechas (Sanz, 2000). Ya que el Gran Premio de la Ciudad de México, organizado por la F1, se realiza cada año desde 2015. Los otros dos tipos de eventos deportivos, no es que no sean relevantes en general, pero en esta investigación no tendrán relevancia más allá de algún ejemplo que no pueda ayudar a ejemplificar. Pero de cualquier manera es importante dar una definición. Sanz, (2000) propone que, *“las actividades de los grupos deportivos podrán ser de carácter permanente o puntual como las que organizan con carácter esporádico grupos de montaña o de cicloturismo, etc. Las de carácter permanente son las más habituales en los grupos deportivos y tienen una doble vía: externa e interna. En el primer caso se trata de los partidos que celebran cada semana o incluso entre semana, pero con una periodicidad continuada a lo largo del año, y, en el segundo caso, son actividades cotidianas de entrenamiento o de servicio hacia los miembros del club, del equipo, o del gimnasio, en su caso.”*

En esta investigación nos interesa aclarar que un evento deportivo puntual, no significa que sea un gran evento deportivo, es decir, no basta con que se realice cada año, esa solo es una característica, para que un evento pueda ser considerado “grande” se deben cumplir

con más especificaciones, algunas fundamentales son, en primer término el número de espectadores que siguen el evento, la rentabilidad del mismo, es decir, que genere riqueza, el poder mediático que genere el evento y estas características nos catapultan a lo que propone Sanz (2000: 271), nos dice que todo lo anterior nos “llevarán finalmente a otros dos elementos fundamentales que acabarían por dar realce a la actividad y que serían el exponente máximo por el que una actividad deportiva pasa no sólo a ser un acontecimiento sino un gran acontecimiento deportivo: patrocinadores e ingresos propios (taquillas, venta de objetos, etc.).”

Precisamente el negocio del siglo XX fue el deporte, no solo siendo rentable, si no generando ganancias enormes y crenado marcas que se posicionarían como grandes transnacionales con el pase de los años.

Concretamente la F1, es uno de los eventos deportivos más grandes a nivel global, no solo porque genera sus propios ingresos que por cierto según Forbes (2019) la F1 genera más de 3 mil millones de dólares al año, lo que le permite estar en el top 10 de deportes que más dinero generan a nivel global, sino que hay marcas muy importantes en el medio, marcas como Ferrari, Mercedes Benz, Red Bull, Mclaren, etc. Marcas que por sí solas son enormes, pero al invertir en la F1 la convierten en un espectáculo único y muy llamativo. Uno de los eventos deportivos más grandes e importantes a nivel global.

Capítulo 2. El Impacto Social en la Ciudad.

Al hablar de impacto social es más que esencial tomar en cuenta lo que se entiende por impacto social, para ello se van a citar algunas definiciones del concepto y llegar a la definición adecuada para este trabajo, es importante aclarar que a se le relaciona directamente con el turismo ya que, los eventos deportivos generan turismo, y es un factor que no podemos hacer a un lado cuando se habla de impacto social, en esta investigación.

El impacto social se puede definir desde diferentes perspectivas, para Hall (1992: 67) se entiende como *“la manera en la que los efectos del turismo y los viajes cambian el sistema de valores individual y colectivo, los patrones de comportamiento, las estructuras comunitarias, el estilo de vida y la calidad de la vida”*. Esta definición nos permite entender varias cosas, importantes como que el impacto social se puede observar a través de cambios en patrones de comportamiento colectivo, específicamente podemos hablar de formas en las que se transporta la población, las diferentes formas de organización social para convertir la zona en un lugar más atractivo para los turistas, así como el hecho de que el cambio en la infraestructura juega un papel importante en estilo y calidad de vida de los lugareños.

Por lo que en esta investigación se entiende el impacto social como la manera en la que en la ciudad se perciben los efectos que genera el evento deportivo en su entorno como cambios en la demografía, en las políticas públicas, en el transporte, publicidad, medio ambiente, en la economía, en la cultura y comercial. Para saber de manera precisa qué tan fuertes son los cambios generados por el evento deportivo en el entorno en el cual se desarrolla, se tiene que medir el impacto social generado, para ello se usarán diferentes variables, a las que llamaremos *“tipos de impacto”*, para evaluar factores positivos y negativos. Para esto nos vamos a apoyar de la siguiente tabla.

Tabla 1.

Impacto social		
Tipo de Impacto	Positivo	Negativo
Económico	<ul style="list-style-type: none"> – Incremento de la actividad económica. – Creación de empleo. – Incremento de las ofertas de trabajo. – Incremento del nivel de vida. 	<ul style="list-style-type: none"> – Incremento de los precios durante el evento. – Especulación inmobiliaria. – Falta de atracción de turistas. – Mejores alternativas para las inversiones. – Capital inadecuado y estimación inadecuada de los costes del evento. – Gastos elevados en seguridad. – Excesivo endeudamiento. – Aumento de los impuestos
Turismo / Comercial	<ul style="list-style-type: none"> – Aumento de la concienciación de la ciudad como destino turístico. – Mayor conocimiento sobre el potencial para la inversión y el desarrollo de la actividad comercial en la región. – Creación de nuevos alojamientos y atracciones para los turistas. 	<ul style="list-style-type: none"> – Adquisición de una mala reputación como resultado de instalaciones inadecuadas, delincuencia, prácticas impropias o precios inflados. – Reacciones negativas de las empresas existentes debido a la posibilidad de nueva competencia de mano de obra local y de la ayuda del gobierno.
Físicos / Medioambiental	<ul style="list-style-type: none"> – Construcción de nuevas instalaciones. – Mejora de la infraestructura local. – Preservación del patrimonio. – Promoción del medioambiente. – Impactos sobre el deporte 	<ul style="list-style-type: none"> – Daño ecológico. – Cambios en los procesos naturales. – Contaminación arquitectónica. – Destrucción del patrimonio. – Superpoblación. – Inutilización de las instalaciones
Socio- Cultural	<ul style="list-style-type: none"> – Incremento del nivel de interés y de la participación local en actividades asociadas con el evento. – Reforzamiento de los valores locales y de las tradiciones. 	<ul style="list-style-type: none"> – Comercialización de actividades que pueden ser de naturaleza pública o privada. – Modificación de la naturaleza del evento o de la actividad para dar cabida al turismo. – Posible incremento de la delincuencia. – Cambios en la estructura de la comunidad. – Trastornos sociales.
Psicológico	<ul style="list-style-type: none"> – Incremento del orgullo local y del espíritu de comunidad. – Mayor concienciación en las percepciones de los visitantes. – Clima festivo durante la celebración del evento 	<ul style="list-style-type: none"> – Tendencia defensiva en las actitudes de los residentes de la región que organiza el evento. – Choque cultural. – Malentendidos que pueden dar lugar a diversos grados de hostilidad en las relaciones entre los residentes y los visitantes.

Político / Administrativo

- Mejora del reconocimiento internacional de la región y sus valores.
- Desarrollo de habilidades en los organizadores.
- Comprensión internacional.

- Explotación económica de la población local para satisfacer las ambiciones de la élite política.
- Distorsión de la verdadera naturaleza del evento para reflejar los valores de una élite.
- Fracaso para hacer frente a la organización.
- Incapacidad para lograr los objetivos.
- Aumento de los costes administrativos.
- Uso del evento para legitimar decisiones impopulares.
- Legitimación de la ideología y realidad sociocultural.
- Corrupción

Fuente: Preuss y Solberg "Atraer Grandes Eventos Deportivos: El papel de los residentes locales" (2006, pp. 398-399).

En esta tabla no solo apreciamos el tipo de impacto, si no también las secuelas tanto negativas y positivas que puede generar en la ciudad, específicamente y contextualizándonos, lo que nos atañe es saber como estas variables (positivas o negativas) afectaron a la ciudad de México desde la planificación del regreso de la F1 a México en 2015, con el Gran Premio de la Ciudad de México.

Todos los eventos deportivos generan una serie de impactos tanto positivos como negativos que deben ser tenidos en cuenta en la planificación y organización de este tipo de acontecimientos (Sanz, 2012). En este sentido, es necesario conocer cómo estos impactos influyen en los ciudadanos para intentar saber si la celebración del evento es algo que les puede resultar beneficioso o no ser así.

En el caso de la F1 en México se pueden dar algunos datos importantes, según datos oficiales "La derrama económica que han dejado 3 de las 5 carreras ya supera en más de 600% el monto de recursos públicos que requirió todo el evento" (Arturo Ángel, 2019) pero, ¿esta derrama económica beneficia directamente al ciudadano promedio o solo beneficia a las grandes empresas detrás de la F1, organizadores, políticos, hoteleros, etc.?

"La información proporcionada por el Consejo de Promoción Turística dependiente de la Secretaría de Turismo indica que en 2014 se firmó un contrato número 36/2014, con la empresa Corporación Interamericana de Entretenimiento (CIE), para la realización de cinco carreras de Fórmula 1 en los años 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019. El monto total de dicho contrato fue de 213 millones 279 mil dólares. Esto sin tomar en cuenta la inversión que por su lado realizaron entidades privadas... Las tres primeras ediciones dejaron al país y a la Ciudad de México una derrama económica superior a los 23 mil millones de pesos. Dicha cantidad es 600% mayor al monto de dinero público que se tuvo que pagar para realizar todo el evento."(Animal Político, 2019).

Es importante saber si los beneficios económicos que se obtienen del evento se ven reflejados en la ciudad y sus habitantes, conocer las problemáticas a las que nos tenemos que enfrentar en la ciudad cada que se realiza el evento y cual ha sido la respuesta del estado.

En primeros términos se entiende que económicamente el Gran Premio de la Ciudad de México es rentable, es decir, se recuperó la inversión con creces, pero a esto habrá que tomar en cuenta otros datos como la especulación inmobiliaria, que genera el alza en los precios de los bienes inmuebles en la zona cercana al autódromo, no solo los testimonios de habitantes de la zona, en algunas páginas que anuncian departamentos en renta se puede observar el alza en las rentas, sobre todo en los locales cerca del autódromo y aun más cuando se acerca la carrera, lo cual es una desventaja a tener en cuenta.

“La evaluación de las percepciones de los residentes hacia los grandes eventos deportivos es una herramienta importante para determinar los impactos sociales y, a largo plazo, permite participar a los ciudadanos en las decisiones relacionadas con la planificación de estos eventos” (Ritchie, Shipway y Cleve, 2009).

Precisamente los ciudadanos que residen en las zonas aledañas son quienes perciben el impacto social de una manera más directa. En la zona hay personas quienes se ven beneficiados por la carrera, ya que como se menciona en la Tabla 1, uno de los impactos sociales positivos es el comercial, esto hace referencia directa al turismo que genera el Gran Premio de la Ciudad de México, tanto el turismo externo como el turismo local, se asocia con el crecimiento de muchos negocios locales, desde restaurantes, hoteles, estacionamientos, seguridad, etc. Se ven beneficiados por los grandes cúmulos de gentes en una zona específica de la ciudad, “Durante los días que se lleve a cabo el Gran Premio Fórmula 1 de México se estima una derrama económica de 192.1 millones de pesos por concepto de hospedaje”, informó Miguel Torruco Marqués, secretario de Turismo (2021). Esto no solo se traduce en hoteles ocupados, sino que también se entiende como empleos generados y lo que estos huéspedes consumen fuera de los hoteles, como comida, ocio, recuerdos, etc., que bien aprovechado por los vecinos de la zona. Y fundamental acentuar que el secretario Torruco Marqués recordó que la actual administración federal retiró la aportación de más de 40 millones de dólares que destinaba anualmente el gobierno anterior para la realización del evento que ahora es organizado sin problemas por el sector privado, y garantizó que bajo esas condiciones “habrá Gran Premio hasta el 2024 sin cargo al erario federal” el funcionario federal precisó que si bien el gasto de los visitantes tan sólo en materia de hospedaje se

estima en 192.1 mdp, la derrama por concepto de servicios turísticos está calculada en 2,183 mdp (Forbes, 2021). Esto no significa que el gobierno de la Ciudad de México no haya invertido millones en la carrera, si no que el gobierno federal retiró el presupuesto que destinaba anualmente de 2015 hasta 2018 para la realización de la carrera, pero el aumento de la inversión privada y la intervención económica del gobierno de la Ciudad de México mantuvo el Gran Premio de México.

Para ser más claro, no es un secreto que la F1 es un negocio enorme que genera una derrama económica impresionante; en el caso del gran premio de la Ciudad de México supera más de 600% el monto de recursos públicos que requirió todo el evento. Esta investigación nos dará pauta para conocer si existe el respaldo por parte de los ciudadanos para la realización del evento y más allá de eso, conocer de manera clara las secuelas sociales que genera la carrera en la ciudad y en las colonias más cercanas al autódromo.

Estudiar el impacto que tiene el evento deportivo en la ciudadanía es importante por algunas razones fundamentales en primer lugar, siguiendo la línea de algunos autores como Gursoy y Kendall (2006) nos explican que el estado apoya económicamente el evento, esto significa que se invierte dinero del contribuyente para realización del mismo, y esto pone en una posición privilegiada la opinión pública, de igual manera la ciudadanía es fundamental para decidir sobre los recursos destinados a las construcciones de infraestructuras o instalaciones que se requieren para la realización del evento, esto no solo hace referencia las modificaciones que se hagan en este caso específico al autódromo, sino también, la reestructuración urbana que trae un evento de este tamaño. En segundo lugar, una buena predisposición es esencial para que el evento suponga una experiencia significativa y agradable tanto para los turistas como para los propios ciudadanos, lo que significa la continuidad y rentabilidad del mismo.

Es importante mencionar que el deporte representa en la actualidad una de las actividades más destacadas de cualquier sociedad desarrollada y bajo esta idea se asocia una competencia entre ciudades, países y continentes por albergar grandes eventos deportivos que dejan a su paso grandes derramas económicas, dan prestigio al anfitrión, etc. Por ello la importancia de este estudio radica en la transparencia e independencia de su realización, ya que, según Hurtado (2007) los estudios de impacto de estos beneficios en muchas ocasiones aparecen sobrevalorados, influidos por los intereses de los agentes implicados.

Otro impacto social que tiene aspectos muy interesantes a evaluar es el sociocultural, que tiene relación con el incremento del nivel de interés y de la participación local en actividades asociadas con el evento. Es decir, la construcción de subjetividades en vecinos de la zona

que perciben la carrera como suya se refleja en distintos fenómenos por ejemplo reportó la cadena de noticias deportivas ESPN (2021) que durante el segundo día de actividades del Gran Premio de la Ciudad de México 2021 hubo una discreta manifestación de parte de algunos vecinos de la zona, los cuales pidieron ser reconocidos, ya que las instalaciones están en la Alcaldía Iztacalco. El grupo de 30 personas que se colocaron afuera de la puerta 6 piden que el evento los reconozca y la carrera pase a llamarse Gran Premio de Iztacalco Ciudad de México. Este fenómeno deja entre ver, algunas cuestiones que llaman bastante la atención, en primer lugar, el orgullo que perciben los residente por ser parte de un evento deportivo que se reconoce a nivel global, y el apoyo que le dan al mismo, y en segundo lugar la oportunidad que les brinda este evento de estar en el lupa de los medios y poder hacer un llamado a las autoridades usando el foco de atención del evento deportivo, ya que la imagen que se proyecte de la ciudad es importante para el prestigio de la misma, y este foco de atención también fue usado por los residentes de Iztacalco para pedir a las autoridades mayores recursos a su zona y solucionen problemas de baches, seguridad y alumbrado público (ESPN, 2021).

Esto nos muestra como el impacto social que ocasiona la carrera se puede usar de distintas maneras no solo porque directamente están vinculados en la organización de la carrera, sino que también se usa por las personas que usan el foco de atención para mandar un mensaje mediático, aunque en este caso no se logra mucho, se trata se poder reconocer las formas en las que se puede expresar el impacto social en la ciudad.

Una de las razones que no podemos dejar de lado por que la F1 ha tomado fuerza en los últimos años es la participación de un mexicano en la parrilla de la F1, es decir, hay un piloto mexicano participando desde el 2011 en el máximo circuito del automovilismo, lo que se expresa en un impacto psicológico en muchos fans mexicanos incremento del orgullo local y del espíritu de comunidad. Sin duda el hecho de que haya un mexicano es fundamental con echo de que se siga tan de cerca la carrera. Y sobre todo es importante mencionar el tipo de público que sigue la F1 en México, ya que, por los precios de los boletos, hospedaje, los productos dentro del autódromo no cualquier persona puede darse el lujo de asistir a este tipo de eventos. Con esto hay varios puntos importantes a reflexionar y todos estos impactan en la sociedad y en la ciudad de diferentes maneras, uno de ellos, son los costos, para ponernos en contexto, la experiencia de presenciar este evento internacional en México cuesta desde \$1,500 o hasta más de \$25,000 pesos para disfrutarlo. Lo que contrasta con el sueldo mínimo de México que es de \$4,251 pesos al mes. Entonces por razones evidentes lo seguidores que pueden asistir al autódromo, tienen cierto nivel socioeconómico.

Hay que considerar que no todos los eventos atraen espectadores del mismo ámbito geográfico de la competición. De esta manera, que un evento realizado en una región cuente con participantes nacionales o internacionales, no implica siempre la asistencia de espectadores nacionales o internacionales. Esto es debido a que no todos los eventos deportivos generan movilidad geográfica por parte de los aficionados, que suele ser un fenómeno más frecuente en los llamados mega-eventos (Barajas, 2012: 447)

Económicamente se puede decir que el impacto es bastante positivo para la población, pero hay que tomar en cuenta que la realización de una inversión va a proporcionar rentabilidad al territorio en el que se realiza y a sus habitantes. La decisión de promover dicha inversión puede tener efectos tanto en la generación de actividad económica como en la creación de puestos de trabajo, traduciéndose eventualmente en una demanda de bienes finales (Barajas 2012).

Tabla 2. Precios para el Gran Premio de la Ciudad de México 2022.

	GRADA	FASE 1	FASE 2
VERDE	Grada 1	\$25,250	\$27,000
	Grada 2	\$25,250	\$27,000
NARANJA	Grada 2A	\$1,500	\$1,500
AZUL	Grada 3A	\$7,400	\$7,900
	Grada 4	\$10,100	\$10,600
	Grada 5	\$10,100	\$10,600
	Grada 5A	\$8,500	\$9,000
	Grada 6	\$9,150	\$9,500
	Grada 6A	\$5,000	\$5,300
	Grada 6B	\$7,400	\$7,900
	Grada 8	\$7,400	\$7,900
	Grada 9	\$9,500	\$9,900
	Grada 7	\$9,900	\$10,400
AMARILLA	Grada 10	\$14,000	\$14,800
	Grada 11	\$12,800	\$13,400
GRIS	Foro Sol Sur	\$7,700	\$8,000
CAFÉ	Foro Sol Norte	\$6,300	\$6,600
PERSONAS CON DISCAPACIDAD	Personas con discapacidad	\$1,500	\$1,500

Fuente : Precios de Boletos Gran Premio de México 2022 (Página Oficial F1. 2022)

Los precios de las entradas son una variable importante a tomar en cuenta al hablar del impacto social, no solo porque el precio regula quien puede y quien no puede ir, sino también porque nos habla del impacto que tiene en la ciudad, ya que los precios de las entradas del Gran Premio de México es el segundo más caro en todo el mundo, solo por detrás del Gran Premio de ABU DHABI, según cifras del reconocido Diario AS (2020), se obtuvo un promedio del boleto para la carrera, y sorprendentemente México ocupa el segundo lugar más caro para ver la carrera, ya que el boleto en promedio en México ronda los 260 dólares, algo impresionante si tomamos en cuenta el salario mínimo del país.

Esto no solo se refleja en el gran fanatismo que hay de tras de la carrera en México, si no de lo que representa para el fan por asistir, es decir, entra en un juego de estatus, el poder entrar a las mejores zonas, y pagar aún mas de promedio, lo que refleja la imagen de alguien con poder adquisitivo y que en la gran mayoría de los casos las personas que asisten al Gran Premio de México, en una zona costosa para ver el evento no pierden la oportunidad para postearlo en redes, evidentemente tratando de hacer evidente su estatus ante la sociedad en general.

Capítulo 3. El Gran Premio de México y El papel del Estado.

Lo primero que hay que saber es que el autódromo de la Magdalena Mixhuca fue construido en 1959 y el diseño de la pista estuvo a cargo del Ingeniero Oscar Fernández Gómez Daza y fue por encargo del entonces presidente de la República Adolfo López Mateos.

Es fundamental mencionar que en 1962 se disputó, en el Autódromo de la Magdalena Mixhuca, la primera carrera de autos Formula 1 en suelo mexicano, lo que nos hace entender la tradición que tiene el deporte del automovilismo en México y la importancia histórica que tiene en nuestro país, una competencia no puntuable para la campaña regular cuyo principal objetivo era conocer la viabilidad de albergar en un futuro a la F1 en el país, pero que despertó un interés en todo el mundo.

La competencia reunió a pilotos y equipos de fama mundial como Jim Clark, Jack Brabham, Jay Chamberlain, Roger Penske y Bruce McLaren, además de las estrellas locales Ricardo Rodríguez y Moisés Solana.

El Gran Premio de México llegó en 1962, pero solo fue como carrera de exhibición. El Gran Premio de México ha tenido varias etapas. La primera era fue en 1963 hasta 1970 y después de la salida de Nürburgring pero el circuito de 4,5 km y esto fue en 1986, si en el año donde también en México se hacia el Mundial de Futbol y esta etapa termino en 1992. Además de estas tres etapas diferentes celebrando el Gran Premio de México, también se suma la participación de seis pilotos mexicanos en la máxima categoría (Sergio Pérez, Esteban Gutiérrez, Héctor Alonso Rebaque, Moisés Solana, Pedro y Ricardo Rodríguez)(AutoBild, 2019).

“No fue hasta 1973, que se le cambio el nombre al Autódromo por el de los Hermanos Rodríguez, en honor a los pilotos Ricardo y Pedro Rodríguez. Ambos fallecidos. Ricardo en México y Pedro años después en las 200 millas de Norisring, en Nuremberg”(AutoBild, 2019).

En la etapa intermedia del Gran premio de México que se corrió de 1986 al 1992 y que parece que todos muchos recuerdan, llegaron pilotos de la talla de Alain Prost, Ayrton Senna, Nigel Mansell, James Hunt, Niki Lauda, Michael Schumacher, entre otro. Desafortunadamente la fecha de México en el calendario de la F1 ya no estaría para 1993,

y esto debió principalmente por la queja de los pilotos, veían un autódromo viejo, descuidado y eso lo volvía peligroso, pero a esto se le sumo que los accionistas ya no tenían dinero para seguir fondeando la carrera, y lo termino de acabar que en ese 1992 los niveles de contaminación en la ciudad habían sido tan altos que el regente en curso había decidido que la carrera no se corriera, lo que a la FIA le pareció mal y termino por irse la fecha (AutoBild, 2019).

Tuvieron que pasar 23 años para que la máxima categoría regresara al circuito de los Hermanos Rodríguez, aunque años antes habían intentado regresarlo, pero sin éxito. Actualmente es el evento más importante que tiene la FIA, ya que en los cuatro años que lleva en México, más de un millón de personas han visto en las tres ediciones pasadas. Se genera más de 30 mil empleos directos y la derrama económica es de 39,611 millones de pesos (AutoBild, 2019). La F1 regresó, y la fecha fue el 1 de noviembre de 2015, pero con este retorno se tuvieron que hacer muchas modificaciones al circuito de la Magdalena Mixhuca; actualmente conocido como el Autódromo Hermanos Rodríguez. Y es que, en este nuevo trazado, se mejoró sustancialmente el pavimento, se eliminó la peraltada que ahora se llama la curva Nigel Mansell, pero se incluyó la zona del Foro Sol, también la zona Moisés Solana, que era una curva en espiral, en un radio decreciente, así que Luis Manuel Medina, quien fue el diseñador, declaro que busco hacer una frenada exigente para que así pudiera haber rebases (s/a mexicogp.mx. 2022).

El Gran Premio de México es tan imponente e importante a nivel global que se convirtió en una de las carreras más llamativas, alegóricas y ha obtenido el premio de “mejor evento del año” otorgado por la FIA (Federación Internacional del Automóvil) en cinco ocasiones 2015, 2016, 2017, 2018, 2019; rompiendo récord no solo porque ninguna carrera había logrado ser reconocida como el evento del año de la F1 en más de dos ocasiones seguidas y en nuestro país se logró cinco veces, si no también se obtuvo el galardón a “Mejor experiencias deportiva en vivió en el mundo”, galardón que se obtuvo al ganar cinco años seguidos el premio al evento del año de F1 (FIA, 2019).

Ya habido acentuando el contexto en el que se vive el Gran Premio de México, se fundamental entender que, sin el apoyo, económico, político y sobre todo la infraestructura por parte de Estado el Gran Premio de México simplemente no se habría podido llevar a cabo.

Como ya se mencionó anteriormente el Estado ha invertido fuertes cantidades de dinero en el mejoramiento de las instalaciones para la carrera, no solo en el autódromo Hermanos Rodríguez, también en la organización de la carrera.

Para poder llevar a cabo una carrera de F1 en cualquier parte del mundo hay que negociar con los derechos de la F1 con Bernie Ecclestone quien es dueño de los derechos. En el regreso de la F1 a México, y poder contar con los derechos de la F1 con un acuerdo hasta el año 2019 que costará 363 millones de dólares (mdd) y que será financiado por CIE, y el gobierno federal (Forbes, 2015).

CIE, es uno de los participantes más destacados en el ámbito latinoamericano y mundial en la industria del espectáculo fuera de casa. La Compañía opera el Centro Citibanamex en la ciudad de México, uno de los mayores y más importantes recintos de exposiciones y convenciones en el ámbito internacional. Igualmente, es el más destacado productor y organizador de eventos especiales y corporativos en el mercado mexicano. Asimismo, CIE promueve y comercializa el Gran Premio de México de Fórmula 1.

Corporación Interamericana de Entretenimiento es una empresa pública cuyas acciones cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores ("BMV") desde 1995, bajo la clave de pizarra "CIE". La Compañía mantiene certificados bursátiles de largo plazo operando en la BMV (CIE, 2020).

CIE, es uno de los impulsores más importantes de la F1 en México, invirtiendo 150 mdd para el regreso del Gran Premio de México, en el contrato que aseguraba el espectáculo de 2015 hasta 2019, el resto del dinero lo financio el Gobierno Federal, es decir, el Estado invirtió más de 210 mdd (Forbes, 2015).

La inversión por parte del estado está bien justificada ya que, en México, entre 2015 y 2019 cada carrera tendrá más de 100,000 personas que acudan entre viernes, sábado y domingo, es decir que, al finalizar el contrato, medio millón de aficionados habrán estado presentes en el autódromo, gastando e invirtiendo en el proyecto más importante de cie en su historia, según proyecciones de la Secretaría de Turismo. En un cálculo realizado por Forbes México, tomando en cuenta el costo del boleto promedio y los asistentes estimados, la derrama económica por ese rubro será de más de 250 mdd por ese ciclo (Forbes, 2015). Además de que el Estado justifica la inversión con otros beneficios como nos explican las autoridades mexicanas, consideran que, durante los cinco años del acuerdo con la F1, se podrán generar 18,000 empleos directos o indirectos y posicionar a México en el mapa del turismo.

“Es uno de los más grandes proyectos para México, una gran plataforma internacional, representa un fuerte impulso, pero sobre todo generará una derrama económica importante”, dijo en el anuncio oficial del circuito en México la secretaria de Turismo, Claudia Ruiz Massieu. El gobierno federal estimó que entre este año y 2019, la F1 dejará a nuestro país 2,000 mdd (Forbes, 2015).

El Estado no solo hace financia el Gran Premio de México, si no que también se usan su infraestructura, el autódromo, las vialidades, etc, que permiten el desarrollo del evento. La imagen que puede dar la Ciudad es importante para el turismo y la forma en la que nos percibe el mundo, por ello el Estado de involucra demasiado, tratando de generar una idea positiva, generar empleos, y demostrar su capacidad de albergar un magno evento deportivo.

Para Jalife, la inversión gubernamental responde en gran parte a una intención concreta. “México tiene ganas de mostrar que no todo son balazos, no es algo como al estilo del viejo oeste, nuestro país es mucho más”, señala. Seis de cada 10 habitaciones en la Ciudad de México serán ocupadas por aficionados a la F1 durante el fin de semana de la carrera, estima la Secretaría de Turismo. Tan sólo para el gp de hace tres años en Austin, Texas, la organización calculó que acudieron 40,000 mexicanos al evento y a Sergio Pérez, el único piloto mexicano que estará en la parrilla de salida (Forbes, 2015).

Doce de las 20 economías más sólidas del mundo organizan un Gran Premio de Fórmula 1, es decir que 60% del campeonato se realiza en las naciones más ricas del planeta (Forbes, 2015). Lo que pone en consideración el poder económico de México, esto no solo es buena publicidad, si no que relámete genera derrame económico y cambia la manera en la que nos ve en el mundo, por lo menos desde una perspectiva que nos pone como nación que camina por el rumbo correcta hacia el desarrollo.

Aunque será la tercera ocasión que la Fórmula 1 viene a México, no puede decirse que ha sido un camino sencillo, ni barato. La primera vez ocurrió entre 1962 y 1970, luego entre 1986 a 1992, y ahora del 2015 al 2019; lo que estos ciclos muestran es cómo se ha encarecido la operación de una justa de este tipo. En el primer periodo, la cuota a la F1 era de 0.5 mdd, para la segunda subió a 5 mdd y para el más reciente contrato entre cie y Bernie Ecclestone se pagarán entre 30 y 32 mdd, de acuerdo con datos publicados por la revista Contralínea, que cita como fuente al Consejo de Promoción Turística de México (Forbes, 2015).

Lo que se entiende como una participación muy activa del Estado en todos los ciclos de la F1 en México, pero esto no es un caso único, ya que en todas las ciudades que se lleva a cabo la F1, hay una inversión importante del Estado anfitrión.

Y la inversión del gobierno para el GP de México (2015-2019) será de 213 mdd. La participación de dinero público no es una novedad, en realidad es la constante en casi todas

las carreras que hay en el mundo. Según el estudio *Cost of hosting Formula 1 Race*, la aportación de los gobiernos que reciben una carrera fue de 600.5 mdd para hospedar un Gran Premio. “Además, los contratos son entre siete y 10 años en promedio y cada año aumentan las cuotas”, detalla el documento (Forbes, 2015).

En el caso del GP de México, El director corporativo de Administración y Finanzas de Grupo CIE, Jaime Zevada, señala a detalle lo que será el gasto de la empresa: “Son 150 mdd que va a invertir cie (de los 363 mdd que cuesta en total el contrato de cinco años), 50 de ellos será para la remodelación completa del autódromo y el resto durante los siguientes años para la organización”. En total, cada año el gasto entre el dinero público y privado será de 62 mdd (Forbes, 2015).

El contrato que se tenía con F1, que permitía llevar a cabo el Gran Premio de México se terminó en 2019, por lo que se tuvo que renegociar, Cabe señalar que en caso de que el país o la ciudad quisieran continuar con la realización de carreras de Fórmula 1 para los años 2020 o posteriores, los referidos costos podrían cambiar, pues se requiere de un nuevo contrato con los propietarios del serial, ya que el contrato solo abarcaba hasta la realización de la edición 2019.

En el 2020 se ponía en riesgo la continuación del GP de México, por lo que se requería una participación muy activa de Estado mexicano o de las autoridades de la Ciudad de México, para la continuación del mismo. Un problema grave para la continuación de la carrera en México fue la política austeridad del gobierno Federal de México, encabezada por el presidente Andrés Manuel López Obrador, por esta nueva política federal se dejó de apoyar económicamente el evento, por lo que en resumidas cuentas se dejó de contar con el apoyo del gobierno federal que en el último contrato había sido de vital importancia.

La amenaza de que el Gran Premio de México de Fórmula 1 tuviera su última carrera este año llegó acompañada de la llegada del nuevo gobierno del país en diciembre pasado.

Tanto el presidente, Andrés Manuel López Obrador, como la alcaldesa de la capital, Claudia Sheinbaum (también del partido Morena), habían anunciado que no aportarían dinero público para la carrera como medida de austeridad.

Considerado el mejor evento del calendario de Fórmula 1 por cuatro años consecutivos desde 2015, el Gran Premio de México estaba en riesgo de no celebrarse en 2020 (BBC, 2019).

Esto no solo mostraba la importancia del Estado en la realización del evento, sino que también mostro la vulnerabilidad del evento y el peso económico que representaba para el gobierno, la contra parte, hace referencia al derrame económico que deja la carrera, es decir, se hace una inversión importante, pero en todos los casos de inversión a la F1 hay de vuelta un derrame económico importante que termina siendo benéfico al que invierte en un inicio al desarrollo de este evento y las autoridades de la Ciudad de México eran conscientes de esto por lo que la jefa de gobierno de la Ciudad de México Claudia Sheibaum, quien garantizó el premio hasta 2022.

“Pero las dudas quedaron disipadas, pues el presidente de Fórmula 1, Chase Carey, el director de la carrera en México, Alejandro Soberón, y la alcaldesa Sheibaum firmaron un nuevo acuerdo” (BBC, 2019).

Aun que un aspecto esencial del nuevo acuerdo, a diferencia del pasado, en la que hubo una asociación público-privada en la que el gobierno de Enrique Peña Nieto aportó \$213 millones de dólares para llevar la F1 al país, con el nuevo acuerdo no habrá gasto de los contribuyentes (BBC, 2019).

Se tiene que analizar que el papel del Estado no solo hace la diferencia en lo económico, la F1 es un negocio importante, el derrame económico es una garantía en la mayoría de los grandes deportes, pero en este caso no se veía como una prioridad para el estado, lo que se podía en riesgo, también hay que tomar en cuenta como nos percibe el mundo, porque de esa manera podemos ser más atractivos, para el turismo, para inversión extranjera, y eso ayuda de manera directa al país a crecer en muchos aspectos y de cierta manera obliga a la autoridades a estar más pendientes de los detalles de la zona que alberga a los atletas, turistas y de la zona en general, es decir, de temas que le tañen de manera directa, como la seguridad, transporte público, tránsito, infraestructura en general, etc. Esto principalmente por que en los días en los que se lleva a cabo la carrera, los ojos del mundo están puestos en la ciudad, y si hay alguna reseña negativa tiene repercusiones importantes, pero en caso del GP de México que se había llevado a cabo desde 2015 hasta 2019 se demostró no solo una excelente organización, sino que también dejó una derrama económica muy importante que ya se mencionó anteriormente en el texto. Por lo que lo lógico apuntaba a la continuación de la carrera y la consecución de los aspectos positivos que se venían mostrando en todo lo que gira en torno a la F1 en México, sin contar que de manera indirecta se muestra un país

con la estabilidad suficiente que le permite albergar el evento, al cancelar el evento refleja inestabilidad y sobre todo pobreza, lo que se resume en muchos aspectos negativos, como especulación en inversionistas, el descuido de la infraestructura, mala publicidad a la Ciudad, se pierden todos los empleos que genera la F1, evidentemente no se llega a la ocupación hotelera que se logra gracias a la F1, lo que también genera pérdidas millonarias a empresas nacionales y transnacionales que cuentan con la realización del evento, se pierden los millones que se emplean en publicidad gracias al evento y sobre todo es un golpe duro a la tradición que tiene el automovilismo en México, entre muchos otros aspectos negativos.

La política de austeridad del gobierno de López Obrador pasaba de forma casi inevitable por cancelar el Gran Premio de México.

"Ya no vamos a poder (continuar), porque en algunos casos estos eventos se financiaban con el fondo del fomento al turismo y ya ese fondo está comprometido para la construcción del Tren Maya", dijo en febrero pasado el presidente En ese momento se buscaba definir si esa fecha del calendario de Fórmula 1 se quedaba en el país o se trasladaba a otro lugar, lo cual generó incertidumbre entre empresarios, políticos, analistas y fanáticos del automovilismo.

"Eventos como este contribuyen a posicionar la imagen de México en el extranjero y a consolidar al país como un destino de prestigio internacional", advirtió Enrique de la Madrid, el secretario de Turismo del gobierno de Peña Nieto.

(BBC, 2019).

En 2019 según Alejandro Soberón empresario mexicano que apoya la carrera, mandaba un mensaje al gobierno de la ciudad mencionando que "el Gran Premio de México generó en 2018 una derrama económica "auditada por dos firmas internacionales" de US\$740 millones y 8.000 empleos" en una entrevista para BBC (2019). Esto hace referencia a lo antes mencionado.

El impacto social que genera un evento deportivo puede llegar a ser negativo por las constancias que lo rodean, pero en caso del Gran Premio de México ya se cuentan con las instalaciones necesarias, la inversión para cualquier evento es necesaria, pero en este caso es muy seguro que se puede recuperar, el caso es ser conscientes que justo este evento termina dejando muchas más ventajas a la ciudad que las cosas negativas y aún más si tomamos en cuenta que el evento dura solo unos días (3) lo que hace menor el riesgo a los turistas y las complicaciones que tienen los eventos que duran más como el mundial de fútbol el cual ya se albergó 2 veces en México y se viene una 3ra en 2026, por lo que la justificación del presidente terminaba sin convencer a muchos.

Un hecho clave para la renovación firmada este jueves es que ya no se requiere invertir en infraestructura.

"No tuvimos la necesidad de hacer una inversión extraordinaria en la pista, para remodelarla, lo cual generaron condiciones diferentes para poder hacer acuerdos distintos", explicó Soberón.

Qué empresarios participan en el nuevo contrato no fue revelado este jueves.

Fuentes de la prensa especializada en automovilismo en México indicaron que un grupo de empresas entre las que estaba el consorcio del magnate Carlos Slim, los bancos Santander y Citibanamex, fueron los que sustituyen la participación gubernamental (BBC, 2019).

Una de las razones por las cuales la F1 tiene un impacto social impresionante en México es el apoyo de los fanáticos, lo que hace que se convierta en un evento único y muy llamativo, por ello cuando se firmó el nuevo acuerdo "la alcaldesa Sheinbaum dijo que espera que haya una asistencia de 300.000 personas, de aficionados de México y del extranjero, durante el fin de semana del 25 al 27 de octubre." (BBC, 2019).

Gracias a la asistencia de los fanáticos mexicanos a la carrera y lo mucho que llama la atención en nuestra ciudad es por lo que vale la pena darle un enfoque sociológico, es decir, ver un poco más allá de lo que se ve a simple vista y analizar cuales es el cambio en la sociedad al entrar en contacto con un evento deportivo así de grande. Por muchos factores la F1 en México se puede considerar como un fenómeno social con muchas aristas que podemos tratar de interpretar desde una perspectiva sociología.

Notas: Cada vez se toma más en cuenta los estudios sociales que se hacen acerca del impacto que tiene lo eventos deportivos en la sociedad, estos estudios son analizados por los encargados de otorgar los eventos, y los mismos anfitriones. Y esta es una de las razones que se suman a la importancia del apoyo de los ciudadanos para la realización de un evento deportivo. Ahí recae la finalidad de este estudio, conocer que tanto impacto tiene en la sociedad un evento como la F1 en la Ciudad de México. El impacto que un evento tiene en la sociedad se puede medir en diferentes aspectos, como el económico, social, político, deportivo, la relación de la ciudad con la infraestructura, la reestructuración urbana generada, y así mismo intervienen variables en la percepción del ciudadano, como el interés en el deporte, la edad, el género, la residencia, etc.

Capítulo 4. La F1 como fenómeno Social en la Ciudad de México.

“El deporte como fenómeno social, de hecho, continúa siendo un objeto de análisis secundario, sobre el cual convergen aproximaciones teóricas heterogéneas por disciplina e instrumentos analíticos, cada una con paradigmas y estructuras conceptuales propias, con la consecuencia de enfatizar casi siempre aspectos particulares del fenómeno. Permanecen aún limitados los intentos de explicación sistemática, adoptados como “clásicos” con una rapidez sorprendente debido a la falta de oposición teórica, además de una escasa consideración del tema en el ámbito de las Ciencias Sociales y de un carente esfuerzo sistemático para el desarrollo de esquemas conceptuales y modelos de análisis endógeno. Así, al observador que se proponga hacer un balance sobre el “estado del arte” de la sociología del deporte, no le queda otro camino que registrar la presencia de una serie de estudios circunscriptos al tema y la dimensión investigada, y un florecer de investigaciones empíricas provenientes sobre todo de los ambientes académicos anglófonos, que desde la misma dimensión micro se hacen utilizables en términos de agenda (la legitimidad del tema elegido como cuestión relevante del ámbito disciplinar), y no ciertamente como una contribución heurística ofrecida a la causa de una más puntual definición del campo teórico. La misma identidad de la sociología del deporte como subdisciplina resulta problemática: no existe, de hecho, una única opinión sobre la disciplina madre de la que debería depender. La opinión más difundida y que se considera más acreditada, es aquella que quisiera recluir los estudios sociológicos del deporte en el campo de los estudios culturales” (Russo, 2022: 1).

Precisando que el deporte no es un tema muy recurrente en la sociología se vuelve algo bastante complicado tener un estado del arte que nos aporte una idea más clara de hacia dónde podemos inclinarnos en un estudio de este estilo. Lo que nos explica Russo (2002), es que el deporte en la sociología se puede estudiar en subdisciplinas dependiendo del enfoque que se dé al deporte estudiado en el área de lo social, es decir, si hablamos de cuestiones de género en el deporte, o de política y su relación con el deporte, entonces en esos casos tenemos una idea mucho más clara de hacia dónde se dirige el estudio que estamos realizando.

Entonces, lo que logra Russo (2002) es determinar las principales referencias teóricas del deporte dentro del ámbito comprendido por las ciencias humanas y sociales, para después pasar a los limitados intentos de teorización adscribibles al campo disciplinar de la sociología, y concluir con la identificación de algunas alternativas de análisis, que pueden ser tomadas como ayuda para una más completa definición del deporte como problemática sociológica. El intento que hace Russo por entender el deporte desde una perspectiva de las ciencias sociales nos permite dar hacer una revisión al caso concreto de la F1 en México, evidentemente analizando el caso desde una postura sociológica.

Entonces partiendo de lo más básico, se puede decir que, en los últimos años, el deporte entra en la óptica de las ciencias sociales por la fascinación de algunos científicos sociales de estudiar lo que llamamos “tiempo de ocio” o “tiempo libre”, en el cual el deporte esta cada vez más presente, sin dejar de lado el hecho de que es un mercado enorme que tañe directamente a las ciencias sociales el estudio de estos fenómenos. Partiendo de la noción de cómo es que la gente usa su tiempo libre, podemos ver la F1 en la Ciudad de México como una manera de utilizar el tiempo de ocio, pero con unas ciertas particularidades, tomando consideraciones como, que tanto hay que gastar en poder ir al ver la F1 en vivo, o comprar mercancía de las marcas que patrocinan la F1, por mencionar algunos factores que terminan por marcar a la ciudad y gran parte de sus habitantes.

Lo que nos dice Russo sobre esto es fácil de entender, alrededor del dilema tiempo libre-deporte/trabajo se han enfrentado algunos de los teóricos sociales de mayor preponderancia del siglo pasado, provenientes de ámbitos disciplinares distintos, y a grandes rasgos asociables a dos tendencias: el materialismo marxista y el conservadurismo cultural, si hacemos caso a lo que nos dice Russo, estos son los dos ámbitos en los que podemos explicar el deporte como fenómeno social.

Según la primera alternativa, la actividad orientada a la búsqueda del mejor gobierno posible de las condiciones materiales de la existencia representa la mayor realización de la misma naturaleza humana. De esto puede deducirse que el trabajo no puede dejar de ubicarse en posición primaria en relación al tiempo libre y a todas las expresiones que lo incluyen (principalmente en nuestro caso juego y deporte)(Russo, 2022:3).

Entonces se podrían entender, que en el caso específico que a nosotros nos atañe que es la F1, en el Gran Premio de México y siguiendo teniendo como base teórica al materialismo marxista, como se utiliza el tiempo libre se refleja el tiempo residual con respecto al trabajo, y cada actividad que se desarrolle será considerada de un grado inferior respecto a aquellas que caracterizan el tiempo del trabajo, en palabreas del mismo Russo (2022) “los juegos y actividades deportivas no pueden dejar de ser consideradas sino como prácticas de simulacro o perfeccionamiento de las actividades laborales.” Y es que si lo analizamos un poco la F1, no es sino un simulacro muy claro de lo podría sin ningún problema ser por parte de miles de personas, una actividad laboral, sin olvidar que la F1, no es solo el espectáculo de la carrera, sino todo lo que hay detrás, todo un equipo de más de cien personas quienes tienen un papel fundamental en el funcionamiento correcto de auto y muchas funciones que terminan por expresar el cómo la ciudad entiende el usa de su tiempo libre, y termina por ser un simulacro de las actividades laborales cotidianas.

Habría que mencionar que, partir de una sola noción o disciplina puede ser bastante criticado, pero es importante saber que, al estudiar el tiempo de ocio, o tiempo libre, ninguno de los críticos marxistas alcanza a escindir el binomio trabajo/tiempo libre y a analizar cada uno de los términos en forma separada, para acercarse a la formulación de una completa teoría del deporte como fenómeno independiente de la matriz materialista de las actividades humanas (Russo. 2002:4).

Lo que se quiere es en este trabajo es apoyar la propuesta teórica en la temática de la relación trabajo/tiempo libre, que termina por ser fundamental para entender el deporte como un fenómeno social y no solo como el juego en sí que podría ser el deporte.

En el caso de la F1, nos da una brecha muy grande al análisis, partiendo de hecho de que no cualquier persona puede practicar ese deporte, de hecho, termina siendo un deporte muy exclusivo, por lo menos para practicarlo. Pero sin importar que la practica sea bastante complicada, se hace llamar la atención la cantidad de gente que lo sigue, que usa su tiempo libre en estar al pendiente de la F1, y aún más allá de eso, el alcance que tiene este deporte a nivel global, lo que hace referencia las ciudades en las que se lleva a cabo un Gran Premio. Lo que es una pauta a la discusión es como la F1 es parte de los, fenómenos pertenecientes a un modelo de expresividad humana originario, secundario con relación a las actividades práctico-materiales de conquista de los medios de supervivencia. Es decir, como la F1 es parte de lo que tratamos de explicar como un deporte que exprese el simulacro de las actividades cotidianas o medios de supervivencia. Esto se explica por la evolución de los medios de supervivencia en la que los medios de comunicación y transporte han sido sin lugar a dudas parte fundamental de las actividades practico-materiales de la sociedad, sino que también de nuestra cotidianidad. Eso explica de primera mano el por que de lo llamativo de la F1, es decir, somos capaces de observar los mecanismos de un automóvil en su máximo potencial, y esto termina siendo una de las actividades de ocio favoritas de los habitantes de la Ciudad de México, por ello de rompieron los récords de asistencia aun gran premio en los últimos años, explica también el fanatismo global, ya que en todas partes del mundo y marcando a las ciudades por donde se lleva a cabo.

Algo que también nos permite entender como F1 es uno de los últimos deportes inventados, y gran impacto que tiene se debe precisamente a que representa el más ambicioso desarrollo

de los deportes modernos. Lo que nos identifica una conexión entre el industrialismo y la “deportivización”.

El Gran Premio de México termina por demostrar los logros de la industrialización de muchas maneras, y sobre todo como esta impacta a la sociedad, lo que de manera personal rescato y creo fundamental son los rasgos positivos de la industrialización que nos deja la F1, por ejemplo, la capacidad que se tiene para lograr la construcción de un automóvil (monoplaza), y todas las funciones correctas del mismo.

Otro punto que creo necesario abordar es las presiones y los controles recíprocos que actúan en sociedades urbano-industriales se reproducen generalmente en el ámbito de los deportes y la F1 no es la excepción. En la F1 tenemos un piloto mexicano, que termina siendo más que importante para marcas, patrocinios, y aún más importante para la ciudad cuando es el Gran Premio de México y el país entero, por lo que en estos casos se expresa las presiones de la sociedad sobre un solo piloto.

Así resulta que deportistas de alto nivel no pueden ser independientes y jugar por diversión, pero deben aceptar una modalidad de participación en el deporte heterodirecta y seria. No pueden jugar más para sí mismos y son forzados a representar unidades sociales más amplias, como la ciudad, el condado o el país. (...) ellos deben ofrecer una prestación deportiva, o sea el tipo de satisfacción que requieren aquellos que controlan y aquellos que “consumen” el deporte, el espectáculo de asistir a una competencia excitante y pagar por ella, o también la confirmación, que se obtiene con la victoria, de la “imagen y la reputación” del conjunto social con quienes se identifican aquellos que controlan y/o consumen el juego”. (Dunning, en Elias y Dunning 1989, trad. It., 280).

Por ello menciono el caso del piloto mexicano Sergio Pérez, que es imagen pública importante en nuestro país, acumula 20 podios en su carrera dentro de la Fórmula, entre ellos destacan el 3er lugar en el gran Premio de México en 2021, y recientemente el Gran Premio de Mónaco 1er lugar, esta última es la carrera más importante del año. Estos factores hacen pesar la imagen de checo, y esto termina siendo fundamental para el consumo de la F1 en México. Lo que se traduce según Russo en nacionalismo deportivo, esto más muy importante, ya que gran parte de los deportes cuentan con mundiales en donde precisamente la intención es representar a tu país de origen, esto tiene un peso muy importante en cómo te percibe el mundo, es decir, ser un país que apoye el deporte es bueno y tiene como consecuencia excelentes deportistas, y por ende se considera un país más

desarrollado, en el caso del automovilismo y sobre todo en la F1, se compite representando una marca, pero aun así se tiene muy presente la nacionalidad de los pilotos. El nacionalismo deportivo está ahí, en el caso del Gran Premio de México tiene un impacto bastante fuerte el hecho de que se haya ganado cinco veces seguidas el premio al mejor evento del año que entrega la FIA, pone a México en el centro de la competencia, como un país que cuenta con todo lo necesario para organizar un evento a la altura de cualquier ciudad más rica en el mundo, esto también parte del nacionalismo deportivo, que la final tiene un impacto significativo en la sociedad.

Una perspectiva mucho más crítica al deporte en general, pero que se marca aún más en deportes como la F1 un deporte “exclusivo”, es la que hace Bourdieu, exponiendo que “el deporte de elite, con su dimensión de campeonato y de énfasis en el triunfo personal, que trasladan los mismos conceptos a las clases sociales privilegiadas, y a las inferiores, siendo recibidos de manera distinta según las expectativas que puedan encontrarse” (Bourdieu en Russo. 2002: 9).

Lo que se puede debatir contra este tipo de ideas, es simple, el deporte es un negocio, se hace tan grande el espectáculo y todo el torno a los grandes deportes por lo mucho que generan, los patrocinios, marcas relacionadas, boletos, derechos televisivos, entonces la principal función del deporte no es inclusiva, se puede usar como herramienta de valores, pero no funciona para proyectar igualdad entre clases, el deporte es en términos simples una industria, que como cualquier otra su función es generar riqueza. Pero precisamente por lo que menciono estoy de acuerdo con que hecho de que los deportes acentúan las clases sociales, lo que digo es que no tienen por qué no hacerlo, no es su función propagar un ideal de igualdad.

“El universo de las prácticas y de los espectáculos deportivos se presenta de frente a cada persona, como un conjunto de opciones ya preparadas, de posibilidades ya armadas, de tradiciones, reglas, valores, vestimentas, técnicas, símbolos, que llevan su propio significado desde el sistema social del que forman parte, y que, en todo momento, son deudores de una parte de la propiedad a la situación histórica” (Bourdieu. 1979: 216)

Conclusiones.

A manera de conclusiones el deporte deja una marca impregnada en diferentes partes del mundo, en el caso del Gran Premio de México, la marca que ha dejado es importante, por lo que representa el prestigio global de tener la F1 en tu ciudad, nos permite desarrollar gustos diferentes, nuevas tradiciones y la construcción de ideales diferentes, es decir, el impacto social de la F1 en la Ciudad de México se observa de diferentes maneras, evidentemente lo que más resalta es el derrame económico que genera, pero va mucho más allá de eso, en nuestra ciudad se cuenta con las instalaciones, se tiene un gran número de fans, en un mercado que aumenta drásticamente con el paso de los meses, se crean ídolos en el deporte y se fortalece la relación estado-deporte. También se tiene que considerar que en la Ciudad de México se puede contar con el tiempo libre que requieren los ciudadanos para invertir tiempo de ocio en la carrera y evidentemente esto muestra que es un deporte que marca en demasía las clases sociales, de cualquier manera, deja su marca porque, muchas personas que no pueden pagar por una entrada a la carrera lo siguen por televisión. Por ello el impacto que deja la F1 en México es notable, no solo en la Ciudad de México, sino que se extiende por todo el país, pero en la Ciudad crece el interés por la F1, lo que refleja lo que significa la carrera para la ciudad, es importante considerar a las ciencias sociales con un papel importante en el área de evaluación de desempeño de cualquier evento deportivo, en el caso de la F1 nos permite tener una visión más amplia de lo que significa ser anfitrión de un evento así de grande y sobre todo analizar el significado que le da la ciudad al evento.

Referencias:

- Animal político, 2019.Disponible en : <https://www.animalpolitico.com/2019/02/formula-1-mexico-costos-ganancias/>. Consultado: 08 de marzo de 2022.
- Año Sanz, V. (2000). *Organización de grandes eventos deportivos internacionales*. *Arbor*, 165(650), 265–287. Disponible en: <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/969/976> Consultado: 04 de febrero de 2022.
- Año Sanz, Vicente, & Calabuig Moreno, Ferran, & Parra Camacho, David (2012). Impacto social de un gran evento deportivo: el Gran Premio de Europa de Fórmula 1. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 7(19),53-65.[fecha de Consulta 16 de Marzo de 2022]. ISSN: 1696-5043. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=163024659007> Consultado: 06 de marzo de 2022.
- Barajas Ángel, Salgado Jesyca, Sánchez Patricio. (2012) “Problemática de los estudios de impacto económico de eventos deportivos”. *ESTUDIOS DE ECONOMÍA APLICADA VOL. 30 - 2 2012 P ÁGS . 441 – 462*. España. ISSN 1697-5731 (online) – ISSN 1133-3197 (print). Disponible en: www.revista-eea.net . Consultado: 24 de marzo de 2022
- BBC News Mundo. 2019. “Fórmula 1 en CDMX: cómo el gobierno evitó la millonaria cuota para mantener el Gran Premio de México”. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/deportes-49282261> Consultado: 24 de marzo de 2022.
- Bourdieu, P. (1979) *La distincion*, Minuit, Paris.
- Casimiro, A. & Año, V. (2006). *Incidencia social de los Juegos Mediterráneos Almería 2005: Estudio longitudinal desde el año 2002 hasta después del evento*. Almería: Universidad de Almería. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Juan-Fernandez-Prados/publication/277946019_Incidencia_social_de_los_Juegos_Mediterraneos_Almeria_2005_estudio_longitudinal_desde_el_ano_2002_hasta_despues_del_evento/links/5c33829a299bf12be3b55348/Incidencia-social-de-los-Juegos-Mediterraneos-Almeria-2005-estudio-longitudinal-desde-el-ano-2002-hasta-despues-del-evento.pdf Consultado: 14 de marzo de 2022.
- Chuvieco Alvarez Francisco. 2020. ¿Dónde es más barato y más caro ver un gran premio de F1?. *DIARIO AS*. Disponible en: https://as.com/motor/2020/03/09/formula_1/1583734352_641791.html. Consultado: 15 de marzo de 2022.
- Elias, N. y Dunning, E. (1989) *Búsqueda de emociones. Deporte y ocio en el proceso de civilización*, Basil Blackwell, Oxford.
- Fernández Alles, M. T. (2014). El impacto turístico de los eventos deportivos: un estudio de caso. *Cuadernos de Turismo*, (33), 59–76. Disponible en : <https://revistas.um.es/turismo/article/view/195651>. Consultado: 20 de marzo de 2022.
- Garduño, Mónica. 3 de noviembre de 2021. “Fórmula 1 generará una derrama económica total de 14,375 mdp”. *Forbes*, 2021. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/negocios-formula-1-generara-derrama-economica-total-14000-mdp/> . Consultado: 20 de marzo de 2022.

- Gratton, C.; Dobson N. y Shibli, S. (2000). "The economic importance of major sports events: a case-study of six events" en *Managing Leisure*, nº 5:pp. 17-28.

-Gursoy, D. & Kendall, K.W. (2006). Hosting mega events: Modeling Locals' Support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603-623 Disponible en: https://www.sciencedirect.com.translate.goog/science/article/abs/pii/S0160738306000077? x tr sl=fr& x tr tl=es& x tr hl=es-419& x tr_pto=sc Consultado: 09 de marzo de 2022.

-Hurtado, J. M. R., Sanz, J. A. O., & Cantuche, J. M. R. (2007). Evaluación del impacto económico y social de la celebración de grandes eventos deportivos a nivel local: el caso del Campeonato de Tenis femenino de la ITF en Sevilla en 2006. *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*, 3, 20-39. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/2331/233117245002.pdf> Consultado: 25 de marzo de 2022.

-Isaac Pousada, Aritz Urdampilleta Otegui. (2012). "Gestión de los grandes eventos deportivos y su alto nivel de repercusión social". Departamento de Educación Física y Deportiva. Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV-EHU) (España). Disponible en: <file:///C:/Users/Juan%20Orozco/Downloads/Dialnet-GestionDeLosGrandesEventosDeportivosYSuAltoNivelDe-4730343.pdf> Consultado: 20 de febrero de 2022.

- <https://www.mexicogp.mx/> Consultado: 18 de marzo de 2022.

-Monroy, A. J. (2008). Los eventos deportivos: conceptos y características. *Revista Internacional de derecho y gestion del deporte*, 1, 11-17.

-Pérez Iván, (2015). Fórmula 1, ¿negocio redondo en México?. Forbes Staff. Forbes México. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/formula-1-negocio-redondo-en-mexico/> Consultado: 25 de marzo de 2022.

-Preuss, H. & Solberg, H. A. (2006). Attracting Major Sporting Events: The Role of Local Residents. *European Sport Management Quarterly*, 6(4), 391- 411

- Redacción AutoBild. (2019). "Historia del Gran Premio de México". AutoBild. Disponible en: <https://autobild.com.mx/actualidad/historia-del-gran-premio-de-mexico/10/23/> Consultado: 29 de abril de 2022.

-Ritchie, W. B., Shipway, R. & Cleeve, B. (2009). Resident Perceptions of Mega-Sporting Events: A Non-Host City Perspective of the 2012 London Olympic Games. *Journal of Sport & Tourism*, 14(2-3), 143-167. Disponible en: https://www.tandfonline.com.translate.goog/doi/full/10.1080/14775080902965108? x tr sl=en& x tr tl=es& x tr hl=es-419& x tr_pto=sc Consultado: 10 de marzo de 2022.

- Russo, P. (2002). El análisis sociológico del deporte. *Educación Física y Ciencia*, 6, 68-77. Disponible en: <http://www.efyc.fahce.unlp.edu.ar/article/download/EFyCv06a06/5638> Consultado el 15 de junio de 2022.