

Fútbol contemporáneo e identidad en la Comunidad Valenciana: entrevista al sociólogo Ramón Llopis-Goig

Contemporary Football and Identity in the Valencian Community: Interview with Sociologist Ramón Llopis-Goig

Futebol e Identidade na contemporaneidade na Comunidade Valenciana: entrevista com o sociólogo Ramón Llopis-Goig

Rodrigo Koch

Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, São Francisco de Paula/Brasil
Doutor em Educação (Cultura Juvenis), UFSM
prof.koch.rodrigo@gmail.com

RESUMEN: Entrevista al sociólogo Ramon Llopis Goig, professor titular de la Universitat de València y autor de libros, artículos e investigaciones sobre el fútbol y la identidad en España y Europa. El investigador presenta sus reflexiones sobre el escenario contemporáneo y pandémico, con mayor atención, para la Comunidad Valenciana. La entrevista considera y profundiza el análisis de fenómenos que ya estaban en marcha y que se aceleraron en los últimos dos años. El texto se presenta en versiones en español y portugués.

PALABRAS CLAVE: Ramon Llopis-Goig; Fútbol; Identidad; Comunidad Valenciana.

ABSTRACT: Interview with sociologist Ramon Llopis Goig, professor at the Universitat de València, and author of books, articles and research on football and identity in Spain and Europe. The researcher presents his thoughts on the contemporary and pandemic scenario, with greater attention, for the Valencian Community. The interview considers and deepens the analysis of phenomena that were already underway and that were accelerated in the last two years. The text is presented in Spanish and Portuguese versions.

KEYWORDS: Ramon Llopis-Goig; Football; Identity; Valencian Community.

RESUMO: Entrevista com o sociólogo Ramon Llopis Goig, professor titular da Universitat de València, e autor de livros, artigos e investigações sobre futebol e identidade na Espanha e na Europa. O pesquisador apresenta suas considerações sobre o cenário contemporâneo e pandêmico, com maiores atenções, para a Comunidade Valenciana. Na entrevista são consideradas e aprofundadas as análises sobre fenômenos que já estavam em curso e que foram acelerados nos últimos dois anos. O texto é apresentado nas versões espanhol e português.

PALAVRAS-CHAVE: Ramon Llopis-Goig; Futebol; Identidade; Comunidade Valenciana.

INTRODUCCIÓN

Ramón Llopis-Goig es catedrático de la Universitat de València, vinculado al Departamento de Sociología y Antropología Social, habiendo realizado periodos como investigador invitado en la Universidad de Leicester (Reino Unido) y en el Instituto Universitario Europeo de Florencia (Italia). Es autor de libros, artículos y ha realizado estudios sobre sociología del deporte en España y Europa, entre los que se destacan las obras *Ideal democrático y bienestar personal* (2011), *Spanish football and social change* (2015) y *Sociología del deporte* (2017).

El encuentro con el profesor Ramón se produjo a raíz del interés de este investigador por el tema ‘Fútbol y identidad’, objeto de su investigación y, a raíz del período posdoctoral vinculado al Institut de Creativitat i Innovacions Educatives de la Universitat de València, en el Curso académico 2021-22. La entrevista que sigue se realizó en idioma español y, luego de autorizada su publicación, fue transcrita y traducida al portugués.

En esta conversación, realizada presencialmente en su despacho del edificio de la Facultat de Ciències Socials de la Universitat de València, el 9 de diciembre de 2021, Ramón Llopis-Goig expone sus pensamientos y análisis sobre el fútbol contemporáneo, la identidad y las aceleraciones en el contexto social provocado por la pandemia, con la mirada más centrada en la Comunidad Valenciana. El investigador cree que la pandemia no produjo nuevos escenarios identitarios en el fútbol posmoderno, es decir, solo aceleró fenómenos que ya estaban en marcha y que hasta entonces habían causado preocupaciones menores. Este texto presenta las versiones de la entrevista en español, en la que se realizó, y la traducción al portugués.

* * *

ENTREVISTA

Rodrigo Koch (RK): ¿Cómo define la relación entre la Comunidad Valenciana y el fútbol? ¿Existe una identidad específica de Valencia?

Ramon Llopis-Goig (RLG): He trabajado durante muchos años en el tema del fútbol y la identidad. En 2015 publiqué un libro¹ que de alguna manera puso fin a esta etapa de mi investigación, ya que pasé más de diez años investigando y analizando cuestiones sociológicas en el fútbol. El tema más importante que traté fue el de las identidades: identidad regional, identidad nacional, [...] por lo que en los últimos años me he apartado un poco del tema. Actualmente estoy interesado en otros temas deportivos.

Desde una perspectiva general, la relación de la Comunidad Valenciana con el fútbol es muy similar a la que se da con cualquier otra región de España, o de Europa. El fútbol fue el primer deporte de masas. Así, en gran medida, la sociedad

¹ LLOPIS-GOIG. Spanish football and social change.

del ocio y el consumo se fue consolidando a la par que el fútbol se desarrollaba, crecía y se profesionalizaba. Mucho después, esto sucedió con otros deportes. En los últimos 30 años, muchos deportes se han convertido en estilos de vida, vinculados, incluso, a la educación. Sin embargo, el fútbol fue el primero en profesionalizarse, generó muchos intereses e influyó en muchos aspectos. Dentro de este panorama, la sociedad valenciana tiene básicamente las mismas características que cualquier otra región española, ya que hay una serie de clubes que son históricamente importantes en esta construcción: Valencia CF, Levante UD, Villarreal CF, Elche CF, CD Castellón, Hércules CF, Alicante CF, [...] ¿Por qué los clubes son tan importantes para la identidad e identificación local? En España, tuvimos un marco competitivo regional inicial hasta finales de la década de 1920, cuando se creó la Liga (1928); por tanto, hasta ahora, la configuración era regional y no todos los equipos importantes eran favorables a dejar el marco regional y pasar al marco nacional. Desde hace varios años, algunos equipos participan en ambos torneos. En las regiones existía un gran interés competitivo, basado en rivalidades,

que en muchos casos involucraban a más de uno o dos clubes de la misma ciudad. La gente estaba muy obsesionada con su identificación con el equipo de la ciudad. Las identidades regionales estaban fuertemente vinculadas, más que en otros países europeos. España es el primer estado moderno del mundo, creado en el siglo XV por una unión dinástica. Las unificaciones de Italia y Alemania, por ejemplo, tuvieron lugar mucho más tarde. Hubo dificultades para producir una integración, como ocurrió con Francia, que desarrolló una centralización con 'herramientas sociales' más poderosas. La lengua y la etnia francesa se homogeneizaron, pero no en España. El proceso de integración española en un estado nacional fue más complicado, ya que no existía ningún medio de comunicación, ni un sistema educativo con acceso para la mayoría. Entonces, ¿cómo podríamos crear una identidad nacional española sin estos medios? Es por ello que las identidades regionales han sobrevivido y se han mantenido fuertes y, en algunos casos, se han revitalizado en siglos posteriores, como en los casos de Cataluña, el País Vasco y, en menor medida, los casos de Valencia y Galicia. Es necesario tener en cuenta esta

perspectiva histórica y política para entender por qué los clubes son representantes de identidades en España. Esta evolución no se ha reproducido en otras partes del planeta. Las características sociales, políticas e históricas de la sociedad valenciana están de alguna manera relacionadas con el fútbol.

RK: Ante este escenario, ¿qué sienten los valencianos sobre la selección española? ¿Qué es más importante para los valencianos? ¿Los clubes o la selección nacional? ¿Hay relaciones políticas o solo deportes?

RLG: Este es un tema muy interesante. Las identidades tienen un nivel diferenciado: local-regional, nacional-estatal, supra-estatal-europeo, [...] Podemos pensar en ellas de dos formas: excluyentes o inclusivas. Cualquiera puede tener una identidad a nivel regional y ser contrario a otra identidad regional; sin embargo, estas personas no se oponen necesariamente a una identidad nacional. Por lo tanto, las identidades pueden mezclarse o acoplarse, a menos que esta identidad regional tenga un reclamo político y aspiraciones de convertirse en un estado. Esto es lo que vemos en una parte de Cataluña y en

una parte del País Vasco, pero estos grupos no representan la mayoría de la población de estas regiones que quieren la independencia. En el caso de Valencia y, de la identidad valenciana, y también en la mayoría de los otros casos, la identificación española no fue vista como algo exclusivo; al contrario, es algo que podemos articular. Aquí la selección española siempre ha sido muy bien recibida. Te pongo un ejemplo: España acogió solo un Mundial de Fútbol, en 1982, y el Estadio de Mestalla fue elegido como sede del grupo en el que compitió la selección española en la primera fase, porque se sabía que en ese momento el equipo era muy querido en la sociedad valenciana. En Valencia no hubo sentimiento anti-español. El sentimiento identitario valenciano no es incompatible con la identidad española.

RK: En Brasil, según mi tesis², hay una transformación de las nuevas generaciones de aficionados al fútbol en aficionados o simplemente seguidores de celebridades y clubes extranjeros, principalmente Real Madrid y Barcelona en los últimos años y ahora Paris Saint Germain y Liver-

² KOCH. Futebolização.

pool. Para muchos, ya no existe un sentimiento sólido de apego al club familiar. ¿Se produce este fenómeno o también está ocurriendo en Valencia?

RLG: Este tema se ha desarrollado en varias dimensiones, pero antes de entrar en este tema, creo que es importante ponerlo en contexto un poco. Hablamos de situaciones que no cambiaron de la noche a la mañana, es decir, se desarrollaron en procesos históricos de largo plazo, y también de temas que están llenos de contradicciones, ambivalencias y paradojas, por lo que no pueden interpretarse de manera lineal. El mundo de las identidades de la modernidad se encuentra en un proceso de transición, pero no se sabe si es una transición a otro estado o si simplemente está rompiendo con lo que teníamos. El período por el que estamos haciendo esta transición parece ser menos monolítico y más plural y heterogéneo; o quizás, simplemente estamos siguiendo una lógica de mercado, que también ha penetrado en el mundo del fútbol y las identidades del fútbol. Por tanto, estaríamos siguiendo dentro de un panorama de posmodernidad, pero ya no son las identidades locales y regionales o nacionales. Todo está ligado al

consumo, los grupos mediáticos, las grandes celebridades, las marcas y los megaequipos que se han convertido en conglomerados transnacionales capaces de llamar la atención de otras partes del mundo. Hay signos de dinámica en todas partes, por lo que ya no podemos decir que los niños seguirán los mismos equipos que los padres; sin embargo, todavía hay muchos niños que, por influencias familiares, siguen los mismos clubes que sus padres y, más adelante, cuando los jóvenes se unen a otros equipos porque tienen la oportunidad de seguir clubes ingleses o alemanes, [...] También puede haber múltiples identificaciones, es decir, seguir siendo seguidores del club familiar e igualmente nutrir la lealtad al Liverpool, Bayer Munich y/o Paris Saint Germain, por ejemplo.

RK: Messi se mudó recientemente de Barcelona al Paris Saint Germain, es decir, ya no tiene cierta identidad española, pero entre los niños y jóvenes de Valencia sigue siendo un referente. ¿Cuál es su opinión sobre este aspecto del fenómeno futbolístico?

RLG: Sí, todavía lo es después de muchos años. Vino aquí muy joven y ha vivido la mayor parte de su vida aquí en España. Hay muchos casos como el de Messi. El fútbol europeo funciona así. Los clubes observan a los jugadores de fútbol de todo el mundo y terminan contratándolos a una edad muy temprana, a los 12 o 13 años. Traen a sus familias con ellos, encuentran trabajo para sus padres y muchos se naturalizan. Estamos debatiendo temas de nuevas dinámicas, que tienen que ver con la globalización, la entrada del fútbol en el mercado de consumo, el aumento de la oferta de medios de entretenimiento y, con las tendencias tecnológicas, mercantilizadas y globalizadas. Todos estos fenómenos están presentes y ejercen sus efectos sobre el fútbol, que es un deporte masivo y de gran importancia económica. Es natural que haya transformaciones de identidad, entre otras cosas porque cada año unos mueren y otros nacen, es decir, hay situaciones que son naturalizadas por generaciones posteriores que aún provocan ciertos alejamientos en generaciones anteriores. Este tema es fascinante. Pero el fútbol tiene algo que se diferencia de otros fenómenos sociales, que es la memoria colectiva, que también

es un almacén de identidad – con el pasado, la historia, los estadios, los trofeos, los grandes jugadores, los goles decisivos, los días de gloria, los equipos emblemáticos [...] Este recuerdo no se pierde. Al contrario, se mantiene y se retroalimenta. Frente a estas transformaciones sociales que estamos viviendo vertiginosamente, veo cada vez más grupos que están obsesionados con el pasado de gloria, celebrando el aniversario de los logros de años anteriores. Todo es muy complejo y no hay garantías de que estemos avanzando hacia una lógica de identidades impuesta por el mercado. Cuando comencé a estudiar fútbol, noté que en España el asociativismo futbolístico era muy pequeño, comparado con Reino Unido, por ejemplo. Pero, ya hay minorías que quieren quedarse con la esencia de los clubes.

En su análisis, ¿la pandemia ha alterado la relación de la afición con el fútbol y con sus clubes preferidos? ¿Hubo una aceleración de algunos procesos que ya estaban en marcha? En Brasil, la mayoría de los jóvenes ya seguía el fútbol solo a través de los medios de comunicación, asistiendo al estadio algunas veces al año. Durante la pande-

mia, el único acceso al fútbol era a través de pantallas. ¿Cómo está ocurriendo tal condición aquí? ¿La mercantilización y espectacularización del fútbol contemporáneo está acabando con los lazos de identidad?

Creo que la pandemia en sí no ha producido nada nuevo en la sociedad. La pandemia contribuye a acelerar algunos procesos de transformaciones que ya estaban presentes en las sociedades europeas y latinoamericanas. Estos procesos ya existían y se aceleraron porque necesariamente hubo una aceleración de la mediación en la tecnología, en el consumo y en muchas otras cosas. Por otro lado, también hay cada vez más trabajos telemáticos, consumo de fútbol y entretenimiento a través de los medios de comunicación. Esto también estaba acelerando la digitalización de la sociedad y por lo tanto ya estaba perdiendo contactos físicos y reales. Los aficionados al fútbol pasaron un poco por esto durante la pandemia, pero con cambios tan rápidos, se abre la posibilidad de que las personas se pregunten qué se están perdiendo: “¿Me estoy perdiendo algo? Estoy perdiendo contacto con los fanáticos, con la naturaleza del espectáculo, con la emoción del estadio [...]!?”

Pierden el tiempo que tenían con este contexto, pero no pierden su valor o importancia para los individuos. Entonces, creo que no volverá al escenario prepandémico, porque no volveremos a tener la sociedad que teníamos antes. La sociedad nunca vuelve a ser lo que era, incluso si existen estrategias de recuperación. Si pasamos menos tiempo en contacto con la naturaleza, en un momento en el que la salud mental se está derrumbando por el escaneo excesivo, podríamos decidir pasar unos días en el campo. Llevándolo al fútbol, puedo decidir – ahora que los estadios vuelven a abrir – cuándo volveré para asistir a ellos y hacer las cosas que solía hacer, incluso con el aumento de los precios de las entradas, con cierto miedo a la pandemia y con las restricciones, porque esto es valioso para mí. Es difícil saber qué va a pasar. En este panorama general, existen problemas relacionados con el futuro público consumidor de fútbol, es decir, los más jóvenes, que ya fueron detectados antes de la pandemia. La lógica consumista de esta nueva generación tiene problemas con el fútbol. Por ejemplo, cuando yo era niño y los fines de semana había un partido de fútbol televisado, mi abuelo, que no tenía televisión, venía a

mi casa y se sentaba en el sillón; y durante las dos horas que duró el partido no se movió, ni siquiera para ir al baño. Esto desapareció. Una persona joven no puede pasar más de dos minutos viendo algo, ya sea mediático o in loco, sin mirar otras pantallas. La estructura del consumo de fútbol sigue siendo la misma, pero los artefactos que conducen al consumo de fútbol y al público consumidor han cambiado. Existen numerosas plataformas que permiten el consumo bajo demanda, con diferentes ángulos de cámara, estadísticas, narraciones y comentarios (que también se han transformado). Antes de la pandemia, ya se había detectado un cierto cambio. No todos los jóvenes participaron o participan en el fútbol como antes, ya que existe una gran variedad de actividades de ocio y entretenimiento. Y además, para muchos, no es la práctica deportiva más importante. En la sociedad española y en la comunidad valenciana esto también ha cambiado mucho en las últimas décadas. Hace unos años las principales prácticas deportivas estaban ligadas a modalidades competitivas, federadas y colectivas, y nos adentramos en un escenario posmoderno en el que el fitness, la gimnasia, las actividades desinsti-

tucionalizadas e individuales han ganado más espacio e importancia – y se adaptan mejor a los objetivos actuales – en la vida de las personas que están mucho más preocupadas por esculpir sus cuerpos y tienen menos tiempo. No cambió al cien por cien, pero creció mucho.

¡Gracias por escucharnos!

¡Gracias!

INTRODUÇÃO

Ramón Llopis-Goig é professor titular da Universitat de València, vinculado ao Departamento de Sociologia e Antropologia Social, tendo realizado períodos como pesquisador visitante na Universidade de Leicester (Inglaterra) e no Instituto Universitário Europeu de Florença (Itália). É autor de livros, artigos e conduziu estudos sobre a sociologia do esporte na Espanha e na Europa, onde destacam-se os trabalhos *Ideal democrático y bienestar personal* (2011), *Spanish football and social change* (2015) e *Sociología del deporte* (2017).

O encontro com o professor Ramón surgiu através do interesse deste pesquisador na temática 'Futebol e Identidades', objeto de investigação dos mesmos e, por conta do período de pós-doutorado vinculado ao Institut de Creativitat i Innovacions Educatives de la Universitat de València, no curso letivo de 2021-22. A entrevista que segue foi realizada no idioma espanhol sendo, depois de autorizada sua publicação, transcrita no mesmo e traduzida para o português.

Nesta conversa, realizada pessoalmente em seu gabinete no prédio da Facultat de Ciències Socials da Universitat de València, dia 09 de dezembro de 2021, Ramón Llopis-Goig expõe seus pensamentos e análises sobre o futebol contemporâneo, identidade, e as acelerações no contexto social causado pela pandemia, com olhar mais voltado à Comunidade Valenciana. O pesquisador acredita que a pandemia não produziu novos cenários identitários no futebol pós-moderno, ou seja, apenas acelerou fenômenos que já estavam em curso e que causavam preocupações menores até então. Neste texto apresentam-se as versões da entrevista nos idiomas espanhol, no qual foi realizada a mesma, e a tradução para o português.

* * *

ENTREVISTA

Rodrigo Koch (RK): Como você define a relação da Comunidade Valenciana com o futebol? Há uma identidade específica de Valência?

Ramon Llopis-Goig (RLG): Trabalhei durante muitos anos com o tema futebol e identidade. Em 2015 publiquei um livro³ que de alguma maneira encerrou esta etapa da minha pesquisa, pois fiquei mais de dez anos investigando e analisando questões sociológicas do futebol. O tema mais importante que tratei foi o das identidades: a identidade regional, a identidade nacional, [...], portanto nos últimos anos estou um pouco afastado da temática. Estou, no momento, interessado em outros temas do esporte.

Em uma perspectiva geral, a relação da Comunidade Valenciana com o futebol é muito similar ao que ocorre com qualquer outra região espanhola, ou da Europa. O futebol foi o primeiro esporte de massas. Então, em grande medida, a soci-

³ LLOPIS-GOIG. Spanish football and social change.

idade do ócio e do consumo foi se consolidando ao mesmo tempo em que se desenvolvia, crescia e se profissionalizava o futebol. Muito depois, isto se sucedeu com outros esportes. Nos últimos 30 anos, muitos esportes se converteram em estilos de vida, vinculados – inclusive – à educação. Porém, o futebol foi o primeiro que se profissionalizou, gerou muitos interesses e influenciou em muitos aspectos. Dentro deste panorama, a sociedade valenciana tem basicamente as mesmas características que qualquer outra região espanhola, pois há uma série de clubes que são importantes historicamente nesta construção: Valencia CF, Levante UD, Villarreal CF, Elche CF, CD Castellón, Hércules CF, Alicante CF, [...] Por que os clubes têm tanta importância na identidade e na identificação local? Na Espanha, tivemos um marco competitivo regional inicial até final dos anos 1920 – quando foi criada a Liga (1928); portanto, até este momento a configuração era regional e, nem todas as equipes importantes foram favoráveis a deixar o marco regional e passar ao marco nacional. Durante vários anos, algumas equipes estiveram participando dos dois torneios. Nas regiões havia um grande interesse competitivo,

baseado em rivalidades – que em muitos casos envolvia mais de um ou dois clubes da mesma cidade. As pessoas fixavam muito sua identificação com a equipe da cidade. As identidades regionais estavam fortemente vinculadas, mais que em outros países europeus. A Espanha é o primeiro estado moderno do mundo, criado no século XV, por uma união dinástica. As unificações de Itália e Alemanha, por exemplo, foram realizadas muito depois. Houve dificuldades de se produzir uma integração, como ocorreu com a França, que desenvolveu uma centralização com ‘ferramentas sociais’ mais potentes. A língua e a etnia francesa ficaram homogeneizadas, mas na Espanha não. O processo espanhol de integração em um estado nacional foi mais complicado, pois não havia meios de comunicação e tampouco um sistema educacional com acesso para a maioria. Então, como poderíamos criar uma identidade nacional espanhola sem estes meios? Por isso, que as identidades regionais sobreviveram e se mantiveram fortes e, em alguns casos, se revitalizaram em séculos posteriores, como são os casos da Catalunha, do País Basco e, em menor medida, os casos de Valência e da Galícia. É necessário levarmos em

conta esta perspectiva histórica e política para entender por que os clubes são representantes das identidades na Espanha. Esta evolução não se reproduziu em outras partes do planeta. As características sociais, políticas e históricas da sociedade valenciana, de alguma maneira, têm relação com o futebol.

Diante deste cenário, quais os sentimentos dos valencianos sobre a seleção espanhola? O que é mais importante para os valencianos? Os clubes ou a seleção? Há relações políticas ou apenas esportivas?

Este é um tema muito interessante. As identidades têm um nível distinto: local-regional, nacional-estatal, supraestatal-europeu, ... Podemos pensá-las de duas maneiras: excludentes ou includentes. Qualquer pessoa pode estar em uma identidade de nível regional e ser contrária à outra identidade regional; porém, não necessariamente estas pessoas se colocam contrárias a uma identidade de âmbito nacional. Portanto se podem mesclar ou acoplar as identidades, a menos que esta identidade regional tenha uma reivindicação política e aspirações para converter-se em um Estado. É o que vemos em uma

parte da Catalunha e em uma parte do País Basco, mas estes grupos não representam a maioria da população destas regiões que querem a independência. No caso de Valencia e, da identidade valenciana, – e também na maioria dos demais casos – a identificação espanhola não foi conduzida como algo excludente; muito pelo contrário, é algo que podemos articular. Aqui a seleção espanhola sempre foi muito bem recebida. Vou te dar um exemplo: a Espanha sediou apenas uma Copa do Mundo FIFA, em 1982 e, se elegeu o Estádio Mestalla como sede do grupo no qual competia a seleção espanhola na primeira fase, porque era sabido que naquele momento o selecionado era muito querido na sociedade valenciana. Em Valência não existia nenhum sentimento anti-espanhol. O sentimento identitário valenciano não é incompatível com a identidade espanhola.

No Brasil, de acordo com minha tese⁴, há uma transformação das novas gerações de torcedores do futebol em aficionados ou apenas seguidores de celebridades e clubes estrangeiros, principalmente de Real Madrid e Barcelona nos

⁴ KOCH. Futebolização.

últimos anos e, agora do Paris Saint Germain e do Liverpool. Para muitos, não há mais um sentimento sólido vinculado ao clube familiar. Tal fenômeno ocorre ou está ocorrendo também em Valência?

Esta temática se desenvolveu em várias dimensões, mas antes de entrarmos neste assunto, considero importante contextualizar sobre isto um pouco. Estamos falando de situações que não se transformaram da noite para o dia, ou seja, foram desenvolvidas em processos históricos de longa duração, e também de questões que estão repletas de contradições, ambivalências e paradoxos, portanto, não se pode interpretar linearmente. O mundo das identidades da modernidade está em processo de transição, porém não se sabe se é uma transição para outro estado ou se simplesmente se está rompendo com o que tínhamos. O período para o qual estamos fazendo esta transição parece ser menos monolítico e, mais plural e heterogêneo; ou talvez, simplesmente estamos seguindo uma lógica do mercado e, que também penetrou o mundo do futebol e das identidades futebolísticas. Portanto, estaríamos seguindo dentro de um panorama da pós-modernidade, porém já não

são as identidades locais e regionais ou nacionais. Tudo está vinculado ao consumo, aos grupos midiáticos, às grandes celebridades, às marcas, e às megaequipes que se converteram em conglomerados transnacionais capazes de atrair atenção de outras partes do mundo. Há indícios de dinâmicas por toda parte, então já não podemos mais dizer que os filhos seguirão as mesmas equipes dos pais; no entanto, ainda há muitas crianças que por influências familiares seguem os mesmos clubes dos pais e, depois quando jovens se afiliam a outros times porque tem a oportunidade de acompanhar clubes ingleses, ou alemães, [...] Também pode haver identificações múltiplas, ou seja, seguem aficionados ao clube familiar e igualmente nutrem uma fidelidade com o Liverpool, o Bayer Munique e/ou o Paris Saint Germain, por exemplo.

Recentemente Messi se transferiu do Barcelona para o Paris Saint Germain, ou seja, não possui mais certa identidade espanhola, mas entre crianças e jovens valencianos segue sendo uma referência. Qual sua opinião sobre este aspecto do fenômeno futebolizador?

Sim, segue sendo depois de muitos anos. Ele veio para cá muito jovem e, viveu a maior parte da sua vida aqui na Espanha. Há muitos casos como o de Messi. O futebol europeu funciona assim. Os clubes observam jogadores de futebol em todo mundo, e acabam contratando eles ainda muito jovens – com 12 ou 13 anos de idade. Trazem junto com eles suas famílias, conseguem trabalho para os pais e muitos se naturalizam. Estamos debatendo questões de novas dinâmicas, que estão relacionadas com a globalização, a entrada do futebol no mercado consumidor, o incremento da oferta de meios de entretenimento e, com tendências tecnológicas, mercantilizadas e globalizadas. Todos estes fenômenos estão presentes e exercem seus efeitos sobre o futebol, que é um esporte massivo e tem importância econômica elevada. É natural que haja transformações identitárias, até porque, a cada ano morrem alguns e nascem outros, ou seja, há situações que são naturalizadas pelas gerações posteriores que causam ainda certos estranhamentos nas gerações anteriores. Este tema é fascinante. Mas o futebol tem algo que difere de outros fenômenos sociais, que é a memória coletiva, que também é um depósito de

identidade – com o passado, a história, os estádios, os troféus, os grandes jogadores, os gols decisivos, os dias de glória, as equipes emblemáticas [...] Esta memória não se perde. Pelo contrário, se mantém e é retroalimentada. Diante destas transformações sociais que estamos vivendo de forma vertiginosa, cada vez mais vejo grupos que se fixam no passado de glórias, celebrando o aniversário das conquistas de anos anteriores. Tudo é muito complexo, e não há garantias que estejamos caminhando para uma lógica de identidades imposta pelo mercado. Quando comecei a estudar o futebol, observei que na Espanha o associativismo no futebol era muito pequeno, em comparação com a Inglaterra, por exemplo. Mas, já existem minorias que querem manter a essência dos clubes.

Na sua análise, a pandemia alterou a relação dos torcedores com o futebol e com os clubes de preferência? Houve aceleração de alguns processos que já estavam em curso? No Brasil, a maioria dos jovens já acompanhava o futebol apenas pelos veículos midiáticos e, frequentando poucas vezes o estádio ao ano. Durante a pandemia, o único acesso ao futebol era através das telas. Como está ocorrendo

tal condição aqui? A mercantilização e espetacularização do futebol contemporâneo estariam acabando com os vínculos identitários?

Eu acredito que a pandemia por si mesma não produziu nada de novo na sociedade. A pandemia contribuiu para acelerar alguns processos de transformações que já estavam presentes nas sociedades europeia e latino-americana. Já existiam estes processos e eles foram acelerados porque houve, necessariamente, uma aceleração de mediação na tecnologia, no consumo e, em muitas outras coisas. Por outro lado, também há cada vez mais postos de teletrabalho, e consumo do futebol e entretenimento através da mídia. Isto também estava acelerando a digitalização da sociedade e, portanto a mesma já estava perdendo os contatos físicos e reais. Os torcedores e aficionados do futebol passaram um pouco por isto durante a pandemia, mas com transformações tão rápidas, se abre a possibilidade para os indivíduos questionarem sobre o que estão perdendo: “Estou perdendo algo? Estou perdendo o contato com os aficionados, com a natureza do espetáculo, com a emoção do estádio [...]!?” Perdem o tempo que tinham

com este contexto, mas este não perde o valor ou importância para os indivíduos. Então, eu acredito que não haverá um retorno para o cenário anterior à pandemia, porque não voltaremos a ter a sociedade que tínhamos antes. A sociedade nunca volta ao que foi, mesmo que hajam estratégias de recuperação. Se passarmos menos tempo em contato com a natureza, no momento em que há um colapso da saúde mental pelo excesso de digitalização, podemos decidir em passar alguns dias no campo. Trazendo para o futebol, posso decidir – agora que os estádios estão abertos novamente –, quando voltarei a frequentá-los e fazer as coisas que antes fazia, mesmo com o aumento dos preços dos ingressos, com certo medo da pandemia e com as restrições, porque isto tem valor para mim. É difícil saber o que vai acontecer. Neste panorama geral, há problemas relacionados com o futuro público consumidor de futebol, ou seja, os mais jovens, que já estavam detectados antes da pandemia. A lógica consumidora desta nova geração tem problemas de encaixe com o futebol. Por exemplo, quando eu era criança e nos finais de semana havia uma partida de futebol televisionada, meu avô – que não tinha televisor – ia

até minha casa e se sentava na poltrona; e durante as duas horas do jogo ele não se movia, nem mesmo para ir ao banheiro. Isto desapareceu. Um jovem não consegue estar mais de dois minutos assistindo algo – seja mediado ou *in loco* – sem observar outras telas. A estrutura de consumo do futebol segue sendo a mesma, porém os artefatos que conduzem ao consumo do futebol e o público consumidor se transformaram. Há inúmeras plataformas que permitem o consumo *on demand*, com variados ângulos de câmeras, estatísticas, narrações e comentários (que também se transformaram). Antes da pandemia já se havia detectado uma certa mudança. Nem todos os jovens estavam ou estão vinculados ao futebol como antes, pois há uma gama enorme de atividades de ócio e entretenimento. E também, para muitos, não é a prática esportiva mais importante. Na sociedade espanhola e na comunidade valenciana isto alterou muito também nas últimas décadas. Há poucos anos, as principais práticas esportivas estavam vinculadas as modalidades competitivas, federadas e coletivas e, estamos passando a um cenário pós-moderno no qual as atividades *fitness*, ginásticas, desinstitucionalizadas e indivi-

duais ganharam mais espaço e importância – e se ajustam melhor aos objetivos atuais – na vida das pessoas que estão muito mais preocupadas em esculpir seus corpos e dispõem de menos tempo. Isto não alterou cem por cento, mas cresceu muito.

Obrigado pela atenção conosco!

Obrigado!

* * *

REFERÊNCIAS

FERRANDO, Manuel García; LLOPIS-GOIG, Ramón. **Ideal democrático y bienestar personal**: encuesta sobre los hábitos deportivos en España 2010. Madrid: Consejo Superior de Deportes/Centro de Investigaciones Sociológicas, 2011.

FERRANDO, Manuel García; OTERO, Francisco Lagardera; LLOPIS-GOIG, Ramón; SOLER, Anna Vilanova. (Orgs.). **Sociología del deporte**. Madrid: Alianza Editorial, 2017.

KOCH, Rodrigo. **Futebolização**: identidades torcedoras da juventude pós-moderna. Brasília, DF: Trampolim Editora/Ministério da Cidadania, 2020.

LLOPIS-GOIG, Ramón. **Spanish football and social change**: sociological investigations. Londres: Palgrave Macmillan, 2015.

* * *

**Recebido em: 20 de dezembro de 2021.
Aprovado em: 7 de fevereiro de 2022.**