

## ENTORNO

# Llopis (Universidad de Valencia): “La inversión privada ha provocado el gran crecimiento de la participación deportiva en España”

El sociólogo Ramón Llopis analiza cómo ha evolucionado la tasa de actividad física en España y el papel que juega el deporte en la vertebración de la cultura europea.

Patricia López  
29 nov 2018 - 04:54

Llopis: “El fútbol está jugando un papel vital en la vertebración de la cultura europea”

Ramón Llopis es uno de los sociólogos que, desde 2005, participa en el análisis de la Encuesta Nacional de Hábitos Deportivos. Docente por la Universidad de Valencia, también ha centrado parte de sus investigaciones en el análisis del fútbol como elemento de vertebración de la cultura europea. “El único contacto que algunos europeos tienen con otros países de Europa es el fútbol”, asegura.

¿Cuándo emergió el deporte como un fenómeno popular en España?

La trayectoria viene de lejos y se va formando poco a poco, pero hubo un desarrollo muy importante desde la Transición hasta los años noventa. Con el restablecimiento de la Democracia todo cambió, pero no fue en sí mismo por el inicio del periodo democrático. Fue porque en ese momento hubo una fuerte convicción en el sector del deporte de que si no se ataba la actividad física a las políticas públicas se corría un riesgo: que el deporte siguiera siendo inaccesible para la población.

¿Qué provocó esa reivindicación?

La convicción de la necesidad de que los sectores públicos se involucran provocó que la Constitución española recoja la obligación de los poderes públicos de promover el deporte. Es algo que no ocurre en otros países con constituciones anteriores, porque en ese momento los países no estaban concienciados. Hasta los años noventa, la práctica deportiva creció bastante, pero con los Juegos de Barcelona lo hizo aún más.

## Llopis: “El fútbol está jugando un papel vital en la vertebración de la cultura europea”

Entonces, ¿fue Barcelona'92 un punto de inflexión para impulsar la práctica deportiva? Sí, porque el país se convirtió en el centro del mundo en materia de deporte. Años antes hubo una apuesta firme y decidida para promoverlos, se crearon las becas ADO, aumentó la práctica deportiva y en las encuestas de hábitos deportivos posteriores a Barcelona'92 vemos cómo se ha producido un incremento en la población. Ahora estamos en una segunda fase de crecimiento, ya que el deporte sea popularizado.

¿Contribuyó también al alza de la práctica deportiva femenina?

Con las mujeres ha sido distinto. Desde 1980, año en que se elabora la primera encuesta de hábitos deportivos, hasta 2015, la práctica deportiva de la sociedad española ha crecido entre hombres y mujeres. Entre los años 80 y 2010, la diferencia entre la práctica masculina y femenina ha tenido una brecha de entre quince y dieciocho puntos porcentuales. Eso demuestra que, aunque la participación deportiva aumentaba, seguía habiendo barreras culturales y de género que perjudicaban a las mujeres con respecto a los hombres. En la encuesta de 2015, se ha reducido bastante esa diferencia permanente, y se está produciendo ya una mayor convergencia entre hombres y mujeres.

¿Por qué?

Estos últimos ocho años han sido el periodo en el que ha proliferado una serie de prácticas deportivas mucho más abiertas, flexibles, no institucionalizadas y posmodernas. Son disciplinas que van al margen de los deportes federados y los clubes, como el *running* y el *fitness*. Ahí, la entrada de la mujer ha sido fuerte. No es un fenómeno nuevo, pero sí ha tenido una fuerte explosión. Por lo tanto, ¿ha perdido peso el deporte competitivo tradicional? Sí, pese a que las licencias federativas siguen creciendo en términos absolutos, pero están perdiendo importancia en el conjunto de todo el sistema en general porque crece a mayor ritmo el volumen de personas que se introducen en el sistema deportivo con otras prácticas que están al margen del modelo federativo.

Antes hablaba de que el sector público tuvo que involucrarse para fomentar el deporte, pero en los últimos años también se ha hecho un llamamiento a las empresas. ¿Qué opinión tiene al respecto?

Es el factor decisivo. No niego la importancia de las políticas públicas y del esfuerzo abnegado del Consejo Superior de Deportes, porque en las últimas décadas el deporte

ha sido promovido fundamentalmente por los organismos públicos. Pero la inversión privada ha sido la que ha provocado el gran crecimiento de la participación deportiva en España. Ha cambiado la manera como la inversión privada ha tratado al deporte, y ello ha permitido dar relevancia a carreras populares, por ejemplo, o la puesta en marcha de gimnasios.

## Llopis: “Estamos en un fenómeno de diversificación de consumidores deportivos”

¿Y en cuanto al deporte de competición?

Era más que evidente que el deporte femenino necesitaba inversión privada. Ahora empiezan a tener más visibilidad en televisión, como muestra la emisión de partidos de la Liga Iberdrola de fútbol. Este factor se ha conjurado con la apuesta de un patrocinador potente, y todo ello supone un punto de inflexión si hablamos de deporte femenino.

Los datos de Eurostat demuestran que, en los países nórdicos e Islandia, la sociedad practica más deporte que en España. ¿A qué cree que se debe?

Hay muchos elementos que influyen. La concepción que tienen de la palabra deporte allí es distinta. Para ellos es habitual incluir el paseo como actividad física, aquí sin embargo no lo consideramos como tal salvo que en la encuesta se pregunte expresamente. En los países del norte es importante el elevado asociacionismo en materia deportiva, el voluntario es una figura con mayor visibilidad y reconocimiento. Todo ello, a nivel de comunidad y lazo social, hace que el deporte esté más presente en la vida de la gente. Otro tema importante es el factor horario, en España se mantiene la jornada laboral partida, lo que no genera tiempo excedente para dedicarlo al deporte o a la vida asociativa de los clubes. Por eso han proliferado los gimnasios, que son más flexibles en cuanto a horarios.

¿Qué debería incluir la nueva Ley del Deporte?

El deporte hoy necesita una regulación profesional, una Ley de mecenazgo y patrocinio distinta, etcétera. Pero creo que hoy día el deporte no necesita unas políticas públicas tan generalistas como las que se desarrollaron en 1990. Nos queda mucho para alcanzar los niveles de los países del norte de Europa, pero tengo la sensación de que el deporte, de alguna manera, ahora ya se autosostiene como práctica popular.

Entonces, ¿dónde cree que debería estar el foco?

El foco de atención ahora está en aquellos públicos que tienen más dificultades para

acceder al deporte, como son los grupos sociales que están más excluidos, las mujeres y la población de la tercera edad. Es ahí donde hay que hacer un énfasis.

¿Qué papel juega la práctica del fútbol en la vertebración de la cultura europea? Durante años he investigado este tema y creo que hay una gran parte de la población que el único contacto que tiene con otras producciones culturales ajenas a su país es el fútbol. Se ha creado un entramado de consumo, de productos, cadenas de televisión y de circulación de personas en torno a este deporte. El único contacto que algunos europeos tienen con otros países de Europa es el fútbol.

## **Llopis: “El deporte federado crece en términos absolutos, pero está perdiendo importancia en el conjunto de todo el sistema deportivo”**

Ahora los clubes buscan aficionados más allá de su ciudad y su país. ¿Qué implicaciones tiene esta realidad?

Los clubes más grandes se han convertido en corporaciones transnacionales que operan en el campo del ocio, que venden contenidos audiovisuales y que abren mercado. Ha habido una incorporación de conocimiento empresarial. Ello está afectando mucho al mapa de las identidades futbolísticas de cada país. En España es muy importante ver cómo en los últimos años hay una concentración importante de identificaciones deportivas con el Real Madrid y el FC Barcelona, que son cada vez una parte más importante del pastel futbolístico.

¿De qué manera afecta la coyuntura socioeconómica a la práctica deportiva?

El deporte es una práctica que no es ajena a todo lo que ocurre en la sociedad. El gasto asociado puede retraerse en esos contextos, de ahí que el *running* creciera mucho durante la crisis económica, ya que practicarle no cuesta prácticamente dinero.

La industria deportiva se está volcando con los *millennials* y *centennials*. ¿Cómo describiría al nuevo consumidor?

---

# PALCO23

---

Yo no diría que hay un nuevo consumidor, sino muchos perfiles de consumidores. Estamos en un fenómeno de diversificación de consumidores deportivos. El deporte atrae ahora a más consumidores de lo que lo hacía hace diez años; a mayor penetración social, menos responde esa actividad a un único perfil. Lo que sí que hay son modas que estandarizan una corriente, producto o línea, y eso genera una fuerte demanda. Pero eso está satisfaciendo a consumidores de distinto perfil que encuentran en ello un objetivo de satisfacción.