

«Tu equipo es como un familiar; si lo pasa mal, vas a ayudar»

L. B. T. A CORUÑA / LA VOZ

Jaume Llorens (Villarreal, 1980) publicó en el año 2011 su tesis doctoral bajo un seductor título: «La lealtad de los aficionados al fútbol. Una explicación en base al valor de la marca de su equipo y su nivel de implicación». Una década después es profesor titular de la Universidad Jaume I de Castellón en el área de Comercialización e Investigación de Mercados. Y es futbolero, del Villarreal, pero no pierde de vista los fenómenos que suceden en las gradas de toda España. —**¿Cómo explica la reacción del deportivismo?**

—Lo que está sucediendo con el Dépor es un ejemplo muy claro de lo que ocurre con la fidelidad y con la implicación al fútbol. Los aficionados no somos leales como el que está fidelizado a cualquier otro producto de consumo. Es distinto. La fidelidad no responde a que el producto funcione

bien, sino a cuestiones emocionales: el sentimiento de comunidad, de pertenencia al grupo, las relaciones sociales que genera. En mi tesis preguntaba por si el equipo que apoyaba cada entrevistado era al que iba a ver con su padre o su familia. No depende tanto del éxito o del fracaso deportivo. Depende más de que se haya generado un sentimiento de comunidad importante.

—**¿Es común que un equipo con tan malos resultados recientes tenga casi 19.000 socios?**

—Ahora mismo, el Dépor es muy interesante para analizar. Pero es de ese tipo de fenómenos que responden a «cuando mi equipo me necesita, estoy; y cuando no me necesita, no le presto atención». El caso del Dépor, en cuanto a números, es brutal. Algo muy excepcional. Si un club trabaja muy bien todos los aspectos emocionales para no depender solo de que la pelotita en-

tre, se recogen los frutos. También, con todo el jaleo y la polémica que hubo con el descenso, supo tratar el tema de una forma en la que los aficionados entendieron que no tenía nada que ver con la situación deportiva y que se bajó injustamente. Se ha hecho un buen trabajo. También diré que estas cosas no son eternas. Tú equipo de fútbol es como si fuera un familiar. Cuando está pasando una mala racha le ayudas, pero llega un punto que ya no le puedes ayudar más. Esto es parecido. Llegará un momento en el que, si el Dépor no repunta, empezará a notar que los aficionados empiezan a salir. —**Este gran apoyo nace tras el descenso del 2011. En esos años, con Lotina, en Primera, las gradas estaban semivacías.**

—Hace años, en una entrevista, dije que hay clubes a los que le viene bien bajar porque eso permite reestructurarse y generar

otro tipo de sentimientos. Si se logra recuperar la categoría en poco tiempo, las cosas pueden ir muy bien. Sucedió con el Villarreal. Se generó un sentimiento hacia el club que no existía... ¡Y venía de jugar la Champions! —**¿Un pasado épico (el incendio del 91, la promoción contra el Betis, el penalti de Djukic) ayuda a enganchar a la gente?**

—Todos los equipos que no son de ciudades grandes o los históricos de toda la vida, crecen en base a estas cosas. El penalti de Riquelme contra el Arsenal en aquella semifinal hizo crecer muchísimo al club. Yo todavía no puedo ver aquellas imágenes y mira que han pasado años, pero generó un relato que enlazó emocionalmente con los aficionados. Por eso digo, bajar tampoco es tan malo. Tener un fracaso sonado, una tragedia, te puede ayudar a generar una historia con la que sentirse identificado.