

Dossier de prensa

Club a la fuga

de Vicent Molins

El periodista y publicista Vicent Molins nos adentra en los motivos y consecuencias del último gran cambio de tendencia económica en la gestión de los equipos de fútbol. La entrada de grandes capitales extranjeros, pertenecientes a grandes magnates o mega fondos de inversión, está generando un cambio de época sin parangón en los clubes de fútbol, que cada vez se ven más desligados de su masa social, la de las ciudades donde se asientan. Esta ruptura, cuya finalidad extractiva por parte de sus nuevos propietarios es evidente, genera una sonada desafección entre sus aficionados.

Si bien esta es una realidad global, pues define una situación universal por tratarse de un nuevo modelo económico, tal y como plantea y analiza el autor en sus páginas, el caso del Valencia CF, probablemente el más acentuado dentro de nuestras fronteras, es el que se toma como referencia principal a la hora de acometer este análisis pormenorizado y exhaustivo.

**¿QUÉ RELACIÓN EXISTE ENTRE EL FENÓMENO *AIRBNB* Y LA
RUPTURA PROGRESIVA ENTRE EQUIPOS DE FÚTBOL Y SUS
COMUNIDADES LOCALES?**

**¿POR QUÉ A LAS CIUDADES Y A LOS CLUBES DE FÚTBOL LES ESTÁ
OCURRIENDO ALGO PARECIDO, ARRASADOS POR EL EFECTO
COLATERAL DE LOS FONDOS EXTRACTIVOS?**

**¿CÓMO AFECTA LA GLOBALIZACIÓN A UN DEPORTE
TRADICIONALMENTE VINCULADO A SU TERRITORIO?**

Importancia de la obra

CLUB A LA FUGA, del periodista y publicista Vicent Molins, es el primer libro en explicar, de manera clara y concisa, el proceso mediante el cual, desde hace unos años, los vínculos tradicionales entre los clubes de fútbol y sus aficionados están en proceso de ruptura.

El planteamiento del autor es cronológico, distinguiendo 3 fases históricas: la primera en el año 1994, la segunda en 2004 y la tercera en 2014, y si bien describe un fenómeno global, el cuerpo elegido para *la autopsia* es el del Valencia CF, probablemente el máximo exponente de esta realidad dentro de nuestras fronteras.

Los clubes, en manos de grandes propietarios totalmente ajenos a la realidad social del territorio donde se asientan *sus inversiones*, buscan propiciar la creación de marcas globales, mucho más escalables —*infinitas*— en un sentido económico, que si están ligadas, como siempre ha sucedido, al territorio *finito* en el cual se asientan.

Este proceso, en sus consecuencias mimético al provocado por *airbnb* y su deglución de las ciudades y de sus barrios gentrificados y arrasados por un turismo que desborda calles y avenidas, es fruto directo de un modelo económico globalizado, cuyas víctimas en este caso son los abnegados aficionados, que ven como sus clubes pasan a servir a intereses que les son completamente ajenos.

Se rompe así una premisa que debería latir tanto en el ámbito deportivo como en el ámbito social y de convivencia: juntarnos nos define.

Como apunta una de las partes del libro: «el equipo de fútbol que conoces ya no está en ningún sitio». Se desliga de su comunidad, de su afición, como el comercio tradicional de barrio que acaba transformándose en una franquicia, o el edificio donde vives y cuyas normas ahora se rigen por las necesidades depredadoras de un turismo que parece justificarlo todo.

La maquinaria empresarial de los grandes magnates y fondos de inversión devoran a los equipos como entidades que tradicionalmente han crecido al calor de su afición. Hasta ahora, no se podía entender el fútbol sin su relación con la ciudad. Estas reglas del juego

están cambiando —han cambiado—, y que mejor ejemplo que analizar está realidad que el del Valencia CF.

Molins, a través de la casuística, no busca alumbrar una respuesta definitiva a todo este proceso; ni lo pretende. Habla de una nueva clase de gentrificación que emerge en nuestras calles, de lo que le ocurre al fútbol y a las ciudades que lo alberga al calor de esta nueva forma de proceder. Habla, además, de la importancia del club de fútbol como agente urbano vertebrador y de las posibles consecuencias de esa ruptura.

Datos de interés y curiosidades

—Vicent Molins, geógrafo y analista de fenómenos relacionados con la ciudad, escribe habitualmente en medios como *El Confidencial* o *ValenciaPlaza*, además de dirigir la agencia de publicidad *Agència Districte*.

—**En el año 1992 los clubes españoles**, a excepción de Real Madrid, Barça, Athletic de Bilbao y Osasuna **se convirtieron en Sociedades Anónimas Deportivas**, dando lugar a la posibilidad de entrada de capital de terceros, transformándose *de facto* en empresas.

—Si bien a día de hoy el Valencia CF puede ser el caso paradigmático de esta realidad a nivel nacional, **este es un proceso en el cual se ven inmerso la gran mayoría de equipos**, tanto a nivel español como mundial.

—En 1991 la socióloga Saskia Sassen acuñó el término «ciudades globales», siendo empleado en el estudio de Molins a la hora de explicar el fenómeno.

—En el año 2004 el Valencia CF fue declarado el mejor equipo del mundo. Apenas 10 años después, las glorias deportivas que le acompañaron a principios de la década eran solo un recuerdo.

—En el año 2021 la RAE incluyó por primera vez el término «gentrificación».

Sinopsis

La vinculación territorial de los equipos de fútbol a su propia ciudad es un hecho que, de tan evidente, apenas se nos ocurriría plantearnos. El Valencia es un equipo de València, el Real Madrid es de Madrid y el Barça de Barcelona, por ejemplo. ¿Puede ser de otro modo? Las lógicas y prácticas contemporáneas del capitalismo global, sin embargo, comienzan a vaciar de contenido esta verdad de perogrullo, desligando clubes de sentimientos.

Al igual que el fenómeno *airbnb* acaba generando barrios sin vecinos — especialmente en los centros históricos de las ciudades—, matando comercios y vida asociativa y deviniendo en auténticos decorados de cartón-piedra, los equipos de fútbol, en manos de grandes magnates o de grupos empresariales mastodónticos, acaban desligándose del territorio que los acoge, donde se asienta su teórica masa social, para convertirse en marcas globales cuya única función es la de generar economía de escalas. Desde luego, esta realidad no resulta inocua para los equipos buitreados, generando desafección entre sus abnegados aficionados y la sensación de que el fútbol ya no es lo que era.

En *Club a la fuga*, el periodista y publicista Vicent Molins analiza en perspectiva histórica esta realidad, adentrándose en los motivos y consecuencias últimas de un proceso que no ha hecho más que comenzar.

Sobre el autor

Vicent Molins (València) es director de Agència Districte; agencia de publicidad especializada en espacios y marcas que se inspira en los contextos urbanos. Escribe sobre ciudad en *El Confidencial* y *ValenciaPlaza*. Además, es autor de *La Nova Guia de València*.

@vicentmolins

Datos técnicos del libro

Título: *Club a la fuga*

Subtítulo: *Del equipo-ciudad a la airbnbización del fútbol*

Autor: Vicent Molins

Edición: Alberto Haller

Diseño: Irene Bofill

Colección: Barlin Paisaje

Páginas: 160

ISBN: 9788412576306

Formato: 14x21cm.

Precio: 18€

Sobre la editorial

www.barlinlibros.org



Barlin Libros es una editorial independiente, fundada en el año 2017 en la ciudad de València. Analizar la interacción entre **lo que fue, es y será**, es el *leitmotiv* de nuestro proyecto. Así, entendemos la realidad que nos envuelve como «un todo», por lo que dentro de la etiqueta «**no ficción**» abarcamos **géneros diversos**, que van desde la historia al periodismo, pasando por el libro ilustrado de temática social, la biografía o los estudios literarios.

Para más información sobre nuestros títulos, o solicitar ejemplares de prensa para reseña o similares, contacte con:

Alberto Haller

Mail: prensa@barlinlibros.org

Móvil: 636 48 53 81

Telf. Oficina: (96) 382 27 32