

Treball de Fi de Grau

Títol

El relato de una identidad: ¿Qué es el FC Barcelona?

Autoria

Alexander Honrubia Macià

Professorat tutor

Catalina Gayà Morlà

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	X
Publicitat i Relacions Públiques	
Comunicació Interactiva	
Comunicació de les Organitzacions	

Tipus de TFG

Projecte	X
Recerca	

Data

Del 3 al 7 de juny de 2024	X
26 de juliol de 2024	

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	El relat d'una identitat: Què és el FC Barcelona?			
Castellà:	El relato de una identidad: ¿Qué es el FC Barcelona?			
Anglès:	The story of an identity: What is FC Barcelona?			
Autoria:	Alexander Honrubia Macià			
Professorat tutor:	Catalina Gayà Morlà			
Curs:	2023/24	Grau:	Comunicació Audiovisual	
			Periodisme	X
			Publicitat i Relacions Públiques	
			Comunicació Interactiva	
			Comunicació de les Organitzacions	

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Identitat, relat, FC Barcelona, futbol, Camp Nou
Castellà:	Identidad, relato, FC Barcelona, fútbol, Camp Nou
Anglès:	Identity, story, FC Barcelona, football, Camp Nou

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	Reportatge sobre la identitat i el relat de l'afició i la institució del FC Barcelona vinculada al seu nou estadi i la seva supervivència en el present.
Castellà:	Reportaje sobre la identidad y el relato de la afición y la institución del FC Barcelona vinculada a su nuevo estadio y su supervivencia en el presente.
Anglès:	Report on the identity and story of FC Barcelona's fans and institution linked to its new stadium and its survival in the present.

Gràcies als meus avis per fer-me el seu culer.

I a la Catalina, per la mirada.

Índice

1. Introducción.....	6
2. Marco teórico del reportaje.....	9
2.1. La identidad social.....	10
2.2. La comunidad y la crisis de identidad	16
2.3 La identidad colectiva en el fútbol.....	19
2.4. La comunicación como herramienta identitaria	24
2.4.1. El caso del fútbol.....	25
2.5. La convivencia de valores antagónicos	32
2.6. El caso de Cataluña y el FC Barcelona.....	34
3. Reportaje.....	44
Cinco sentidos.....	45
La historia <i>culer</i>	56
La grada	73
Saltos de fe.....	81
Supervivencia	97
4. Bibliografía.....	105

1. Introducción

En la actualidad, se está construyendo el nuevo Camp Nou sobre el esqueleto del antiguo y se prevé que se inaugure a finales de año. Con esto en mente, se ha optado por hacer un reportaje literario en torno a la identidad colectiva del FC Barcelona.

El reportaje pretende analizar e indagar la construcción simbólica de relatos que surgen a partir de tal identidad, aprovechando el momento de cambio en su eje central: el estadio. Se pretende, por tanto, a través de este relato hacernos preguntas entorno a la esencia de la institución y su afición, como también su historia y su relación con el Camp Nou, para saber la identidad qué heredará el próximo estadio.

Por ello, para la construcción del reportaje, se ha realizado un trabajo de investigación teórico en torno a la identidad y la identidad colectiva o social. A partir de trabajos académicos como los de Hery Tajfel o Henry Turner en los que se explora las definiciones y los mecanismos de germinación de las identidades sociales, se ha explorado su traslado en el campo del deporte, en este caso, el fútbol. A partir de esta base teórica, se quiere argumentar el potencial simbólico e identitario que conforma el juego y sus distintos actores: jugadores, clubes y afición. Una vez analizadas las bases que sustentan la identidad social dentro del deporte, se quiere indagar un caso concreto: el del FC Barcelona.

El reportaje pone en valor la necesidad de una documentación profunda, ya que, a través de distintas fuentes históricas y académicas, se explora la motivación de la identidad en el caso de una institución como el Barça, su vinculación con Catalunya y el nacionalismo, como también la importancia de los medios de comunicación y la política para la germinación de un relato que todavía sigue presente en el día de hoy.

El reportaje se ha dividido en cinco capítulos. En el primero, se pretende presentar la identidad en el aficionado y su día a día, la importancia de esta y la manera en que se enraíza en su forma de ser desde la infancia. En el segundo, se quiere analizar el origen, los cambios y la creación del relato de la identidad del club, deteniéndose en momentos y figuras esenciales como Hans Gamper, Johan Cruyff y Josep Lluís Núñez. En el tercero, se prueba de investigar cómo se representa tal identidad en la grada, tomando al estadio y a sus aficionados como un solo sujeto: la forma que tienen de comportarse y la relación de su comportamiento con la identidad e historia del club. En el cuarto, se interroga la

persistencia de la identidad histórica en la realidad de la institución, dando con noticias y actos del club en los últimos años que cuestionan sus propios valores. Por último, en el quinto, se regresa a la figura del aficionado para responder por qué vive todavía su sentimiento e identidad después de los cambios de esta en la actualidad: ¿cuál es el verdadero motor de su relación con el club?

Se ha querido dotar de un carácter literario al reportaje, ya que una de las premisas acordadas con la tutora al inicio era la de explorar las posibilidades del periodismo de no ficción. Para ello, en lo personal, he tenido que trabajar mi propia mirada, lo que me ha llevado a hacerme preguntas entorno a la estructura y el enfoque del reportaje. Dado que el objetivo del trabajo era indagar, analizar y preguntar sobre la identidad y los sentimientos del individuo y del colectivo, ha sido preciso tomar distintos recursos narrativos como la descripción y la voz narrativa de los personajes para dotarles de vida u otros elementos enfocados al ritmo y a la profundidad del relato para darle forma y tono. El trabajo con las escenas ha sido esencial para explorar otras vías narrativas para transmitir no sólo la información, sino también la sensación y el sentimiento implicados en la historia.

De nuevo en lo personal, una vez terminado el reportaje, considero que he mejorado en aspectos especialmente estructurales en cuanto a la construcción de un reportaje literario, pero que todavía debo mejorar a la hora de abandonar las imágenes y comparaciones más recurrentes y explotar del todo el potencial narrativo y lírico del lenguaje.

Si bien se planteó un trabajo con fuentes vivas, el reportaje se estructura sobre todo a partir de fuentes documentales. Lo que nos pareció algo problemático ha acabado siendo motivo de reflexión en torno a la importancia de regresar a los documentos y a la historia para hacernos preguntas sobre el presente. Aun así, hay una fuente viva que acabará siendo la espina dorsal del reportaje: Edu, periodista deportivo, aficionado del FC Barcelona, que reside cerca del Camp Nou. Su figura nos permite mostrar de primera mano la importancia que tiene el club para sus aficionados. Se han realizado varias entrevistas con Edu para conocer su historia y entender en primera persona cómo el Barça es un elemento identitario. Su historia nos ofrece la posibilidad de analizar la construcción y permanencia en el tiempo de tal elemento, alterando por completo incluso su trayectoria profesional.

En síntesis, el reportaje pretende indagar e interrogar la identidad y el relato que rodea tanto al FC Barcelona como a sus aficionados, tomando como punto de partida la historia personal de Edu, *culer* desde niño que vive cerca del estadio, y de la institución.

2. Marco teórico del reportaje

2.1. La identidad social

Los seres humanos somos seres sociales. Es un hecho que ha sido ampliamente estudiado y que da explicación a la forma en la que nos hemos organizado a lo largo de toda nuestra historia. No llegamos al mundo de forma solitaria, ni tampoco crecemos ni morimos de la misma manera. Nuestro mundo actual ha sido edificado en base a la colaboración entre todos nosotros, al trabajo en equipo, ya en nuestras etapas más primitivas porque “nos hacemos falta todos a todos. Una sociedad no es simplemente una suma de individuos, de la misma manera que una persona no es únicamente una suma de átomos. Es necesario que estas partes estén relacionadas entre sí, dando lugar a una unidad con identidad propia” (Rosado Millán et al, 2017: 3).

Dicha unidad puede desarrollarse en conceptos generales como, por ejemplo, el de sociedad o en alguno más concreto como el de familia, lo que es una primera muestra que ya desde nuestro nacimiento vivimos integrados en un grupo, el cual nos define. Aunque el ser humano haya buscado siempre desarrollar una identidad propia y desmarcarse de aquello que lo rodea, es precisamente todo ello lo que lo define. Porque la búsqueda del autorreconocimiento, la necesidad de responder a la pregunta de ‘¿quién soy?’, no excluye al grupo (Mercado Maldonado et Hernández Oliva, 2010).

Mercado Maldonado y Hernández Oliva encuentran que, si bien “el individuo pondera sus capacidades y potencialidades”, al no estar solo y convivir con otros, “el autoconocimiento implica reconocerse como miembro de un grupo; lo cual, a su vez, le permite diferenciarse de los miembros de otros grupos” (Mercado Maldonado et Hernández Oliva, 2010: 231).

La identidad de la persona tiene un carácter plural o, mejor, pluridimensional. En efecto, la identidad de ego resulta de su inscripción en una multiplicidad de círculos de pertenencia concéntricos o intersecados. (Giménez, 2000: 200)

Es decir, si nuestra propia identidad reafirma nuestra convivencia social, los grupos que integramos y su importancia, cabría preguntarse ahora si detrás de tales grupos existe también una identidad propia, colectiva, pero no individual.

El psicoanalista Henry Tajfel fue el primero en profundizar acerca del concepto de la identidad social, concibiéndola como “el vínculo psicológico que permite la unión de la persona con su grupo”, el cual se logra a partir de: “pertenecer al grupo, ser consciente de que por pertenecer a ese grupo se le asigna un calificativo positivo o negativo y sentir cierto afecto derivado de la conciencia de pertenecer a un grupo” (Mercado Maldonado et Hernández Oliva, 2010: 232).

Podemos concluir, por tanto, que la pertenencia al grupo es el ingrediente esencial de la identidad individual y social, es decir, “la fuente de identificación del individuo es el propio grupo” (Mercado Maldonado et Hernández Oliva, 2010: 232)

¿Pero cómo llegamos a pertenecer a dichos grupos, algunos de forma selectiva? En base a los estudios de Tajfel, podemos sintetizar que es debido a nuestro proceso de categorización, el cual utilizamos para “ordenar nuestro entorno”, ya sea por categorías, estereotipos o creencias (Tajfel, 1997). Aunque Giménez precisa también que nuestra pertenencia social al grupo puede venir “mediante la sunción de algún rol dentro de la colectividad o mediante la apropiación e interiorización, al menos parcial del complejo simbólico-cultural que funge como emblema de la colectividad en cuestión” (Giménez, 2000: 52). Por lo tanto, como precisaba Turner, uno de los compañeros en el estudio de la identidad social de Tajfel, podemos concluir que “un grupo social tiene lugar cuando dos o más individuos comparten una identidad social común y se perciben a sí mismos como miembros de la misma categoría social” (Turner, 1981).

La identidad se mueve, por tanto, en valores simbólicos que subjetivamente asumimos, generando nuestra Identidad Individual, pero también social de los grupos sociales en los que nos inscribimos. Cirese, autor de, no reducía la identidad a un haz de datos objetivos, sino que la valoraba como una selección operada subjetivamente.

Nuestro arraigo social y autorreconocimiento en el grupo parte de una mirada totalmente subjetiva, ya que depende, por tanto, de los valores que otorguemos a aquello que nos rodea y a la selección de las cosas en las que damos tal juicio de valor.

No todos los rasgos culturales inventariados por el observador externo son igualmente pertinentes para la definición de su identidad, sino solo algunos de ellos socialmente

seleccionados, jerarquizado y codificados para marcar simbólicamente sus fronteras en el proceso de su interacción con otros actores sociales (Giménez, 1996: 13).

En cuanto a nuestro juicio de valor y proceso de categorización, cabe añadir que tiende a presentarse “en forma de contraposiciones binarias”. En palabras de Gilberto Giménez, “esta última observación de Devereux nos permite precisar que los rasgos supuestamente compartidos que definen una identidad, no solo se convierten en símbolos de la misma, sino que adquieren irremisiblemente una connotación valorativa positiva o negativa”. (Giménez, 1975: 191)

El reconocerse una identidad étnica comporta, para el sujeto, la formulación de un juicio de valor, la asignación de lo más o de lo menos, de la inferioridad o de la superioridad entre el mismo y el parecer con respecto al cual se reconoce como portador de una identidad distinta. (Signorelli, Amalia, "Identità etnica e cultura di massa dei lavoratori migranti", in: Angelo Di Carlo (ed.), 1985, *Il luogo dell'identità*, Milan: Franco Angeli, pp. 44-60 en Giménez, 1975: 191)

De este modo, observamos que la identidad, especialmente la que nos ocupa, la social, se fomenta en la oposición. Para ser, necesitamos sentirnos distintos y valorados positivamente respecto “a los otros”. El individuo y el grupo existen en cuanto también existen los demás individuos y grupos: “La identidad no es un atributo o una propiedad intrínseca del sujeto, sino que tiene un carácter intersubjetivo y relacional. Esto significa que resulta de un proceso social, en el sentido de que surge y se desarrolla en la interacción cotidiana con los otros. El individuo se reconoce a sí mismo solo reconociéndose en el otro” (Sciolla, 1983)

En esta cuestión coinciden Manuel Castells, Gilberto Giménez y Andrés Piqueras al considerar que la identidad colectiva es, ante todo, una construcción subjetiva, resultado de las interacciones cotidianas, a través de las cuales los sujetos delimitan lo propio frente a lo ajeno. (Mercado Maldonado et Hernández Oliva, 2010: 230).

Vemos, por tanto, que el proceso de la creación de la identidad sea social o individual, parte netamente de la interacción social.

En sus estudios sobre, Henry Tajfel (1997) terminaba por dividir tal concepto en tres ejes: el cognitivo, el evaluativo y el afectivo. Por lo que la Identidad Social puede estudiarse a partir del conocimiento del sujeto sobre el grupo (la identificación de las categorías del grupo), los comentarios que se suscriben en ese grupo (la interacción) y, por último, los sentimientos que despierta en el individuo (el juicio de valor).

En estudios más recientes acerca de la teoría de Henry Tajfel, es interesante también citar que cuando el sujeto de un grupo social se adscribe en uno de distinta índole, la diferenciación respecto al resto de actores sociales no hace más que reafirmar su pertenencia a su grupo social correspondiente, lo que reitera la importancia de las relaciones sociales para la germinación de tales identidades.

La identidad social no debe concebirse como una lista de adjetivos, sin más, sino como un proyecto activo que define el lugar que ocupar el grupo en el sistema de relaciones sociales, que actuaría como una teoría que analiza cómo son las relaciones sociales entre los grupos y como les gustarían al grupo que fuesen

Además, como el individuo no está solo, su pertenencia al grupo va más allá de lo que piensa acerca de sí mismo, requiere del reconocimiento de los otros individuos con los que se relaciona; por ello se dice que la identidad “emerge y se reafirma en la medida en que se confronta con otras identidades, en el proceso de interacción social” (Giménez, 1996: 11).

No obstante, quedarse únicamente con la similitud y diferencia en el proceso de categorización y juicio de valor como elementos para construir una identidad social sería un enfoque pobre, ya que, como argumenta el psicoanalista Giménez, “se requiere todavía la percepción de su permanencia a través del tiempo, más allá de sus variaciones accidentales y de sus adaptaciones al entorno. Esta continuidad temporal permite al sujeto establecer una relación entre el pasado y el presente, así como también vincular su propia acción con los efectos de la misma” (Giménez, 1992: 192).

Para existir una identidad colectiva se requiere también de una trayectoria temporal, de una memoria social que integren los sujetos del grupo:

La representación de la identidad comporta un marco interpretativo que permite vincular entre sí las experiencias pasadas, presentes y futuras en la unidad de una biografía (en el caso del individuo) o de una memoria colectiva (en el caso de un grupo, de una etnia, etcétera). (Giménez, 1992: 192)

De este modo, cobra importancia el concepto de la herencia de los valores simbólicos dentro del grupo social. Los futuros miembros, para conectar con la identidad social del grupo, integrarse e interactuar, deberán aprender sus repertorios y valores, lo que precisará por parte del grupo de “ciertos mecanismos de transmisión” (Piqueras, 1996).

La etnohistoria es definida como el conjunto de “hechos significativos que clarifican la identidad biográfica del grupo”; es decir, aquellos acontecimientos que han sido interiorizados por los miembros de un grupo, no la suma de datos históricos que constituyen la historia del grupo, sino las fechas de ciertos momentos y los símbolos generados en ellos, los nombres, los lugares, aquello que los sujetos consideran relevante, porque les permite entenderse y a la vez, los guía en la configuración de su futuro. Por ello se dice que las identidades se construyen sobre el pasado del grupo, particularmente sobre momentos “preferentes” de su historia” (Paris, 1990: 86).

¿Y cómo son tales mecanismo de transmisión? Principalmente textuales. “La comunicación entre los miembros de una comunidad se realiza fundamentalmente a través del lenguaje (Medina, 1992: 19). Para interactuar al interior y hacia fuera cada comunidad genera sus propios lenguajes: escritos, hablados y gestuales, que los miembros de la comunidad van integrando a su forma de ser”, un elemento básico para el caso que nos ocupa.

Sintetizando el concepto, podemos recuperar la definición de Henry Tajfel, el primer ideólogo de la Teoría de la Identidad Social junto a John Turner: “la parte del autoconcepto del individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social (o grupos sociales) junto con el significado emocional y valorativo asociados a dicha pertenencia” (Tajfel, 1981: 255).

Aunque otros psicoanalistas han remodelado su significado actualizándolo al concepto de identidad colectiva como, por ejemplo, Catalina Arteaga, que la define como: “la autopercepción de un nosotros relativamente homogéneo en contraposición con los

‘otros, con base en atributos o rasgos distintivos subjetivamente seleccionados y valorizados, que a la vez funcionan como símbolos que delimitan el espacio de la mismidad identitaria’ (Arteaga, 200: 54).

Andrés Piqueras, por ejemplo, lo explica de la siguiente manera: “La definición que los actores sociales hacen de sí mismos en cuanto que grupo, etnia, nación, en términos de un conjunto de rasgos que supuestamente comparten todos sus miembros y que se presentan por tanto, objetivados, debido a que uno de los procesos de formación y perpetuación de la identidad colectiva radica precisamente en que se expresa en contraposición a otro u otros, con respecto a los cuales se marcan las diferencias (Piqueras, 1996: 274-275).

En otros estudios, se concluye que “la identidad colectiva no planea sobre los individuos, sino que resulta del modo en que los individuos se relacionan entre si dentro de un grupo o de un colectivo social. (...) La identidad no es "esencia" sino un sistema de relaciones y de representaciones” (Giménez, 1996:17).

Tappan, por ejemplo, ponía especial énfasis en lo cultural al respecto: “la identidad son las raíces que dan un sustento y sentido de pertenencia, pero ello debe existir en una tierra, donde se fijan esas raíces y una sustancia que la nutra, y eso es la cultura” (Tappan, 1992: 88).

Por tanto, en síntesis, la identidad colectiva es subjetiva, germina en el individuo a partir de la categorización de su entorno y de la comparación con los demás en tanto se diferencia o se asemeja con ellos y en la validez que los otros dan a su propia identidad. Hay un claro carácter intergrupal y relacional en nuestra identidad.

El proceso de similitud y diferenciación, como la aceptación de la importancia de los demás en la propia identidad, afirma así pues la pertenencia o no a según qué grupos, los cuales conforman una unidad identitaria. Es decir, la identidad social, en primer orden, la cual posteriormente evoluciona a la identidad social.

Por tanto, podemos concluir que formar parte de grupos sociales es una necesidad para el ser humano en tanto para entenderse a sí mismo y poder explicar su propia identidad.

2.2. La comunidad y la crisis de identidad

La sociedad posmoderna es habitualmente conocida como sociedad líquida, en parte por la forma de ser de sus individuos. Es la propia individualidad, de hecho, una de las características más inherentes del mundo posmoderno a la vez que este es un mundo más global debido a las nuevas tecnologías y formas de comunicación que han aparecido como las redes sociales. Aunque ambos hechos (la individualización y la globalización) puedan parecer antagónicos, realmente van de la mano, ya que la globalización permite primero el intercambio masivo de valores, lo que a su vez lleva a la atomización propia de las identidades y los grupos sociales locales, tan arraigados en sociedades anteriores.

Sociólogos como Zygmunt Bauman han analizado este proceso como consecuencia también de la crisis de valores de la sociedad posmoderna, en tanto todas las bases en las que antes se había cimentado sus valores y perspectivas de vida están en un cambio continuo. Como resultado, el individuo ha tendido a individualizarse, pues ya no hay un objetivo común -especialmente local- que lo ligue a la comunidad. Tal evento se evidencia en áreas como las del trabajo. Dado a que el individuo ya no proyecta su vida en su trabajo, pues no está pensado para quedarse toda su carrera laboral en el mismo lugar, la empresa ya no forma tal comunidad, siendo un terreno volátil, como a su vez la propia sociedad (González, 2007):

El pasaje del capitalismo pesado al liviano y de la modernidad sólida a la líquida, constituye según Bauman, el marco de los procesos de ascenso y caída de la mano de obra, lo que trae aparejado un desempleo estructural, con su contingente inseguridad. Esa precariedad en los lazos entre capital y trabajo se extiende a los ámbitos de lo íntimo y así el matrimonio es reemplazado por la simple convivencia; un "vivir juntos mientras nos sintamos bien". Así el trabajo, como la vida en pareja, aparecen despojados de la "vocación de vida" y de cumplimiento de un destino. Todo se rehace y se rearma constantemente, cumpliendo los deseos cambiantes de un consumidor, mediante contratos breves, o inexistentes, que suman un hecho más a la permanente incertidumbre (Burgos / Bauman, 2003: 212)

El resultado de todo ello es la deposición de la importancia de las comunidades en el proyecto de vida de cada uno, lo que no significa en ningún caso la desaparición de las

comunidades, tan solo la atomización de estas. De hecho, Bauman clasifica a partir de ahora a las comunidades en dos tipos para diferenciarlas del origen del término. Por un lado, encontramos la comunidad estética – “generadas por preocupaciones identitarias cuya demanda constituye el terreno favorito de la industria del entretenimiento”- y por el otro, la comunidad ética –“se caracteriza porque teje unos compromisos del tipo compartir fraternalmente, reafirmando el derecho de todos sus miembros a un seguro comunitario frente a los errores y desgracias que son los riesgos inseparables de la vida cotidiana”-. (González, 2007: 192-193). Ambos tipos de comunidad nacen, en parte, como refugio a la crisis de valores y la atomización de identidades, formando lazos de unión y potencialmente nuevas identidades colectivas, como analizábamos en el punto anterior.

Su propósito, no obstante, no siempre es el mismo, tampoco su resultado. En el caso de la comunidad estética encontramos una comunidad destinada al consumo y a la inmediatez. No necesitan de historia para generar tales arraigos dentro del grupo, ya que se genera habitualmente en relación con nuevas figuras que consideramos como ídolos, y seguramente por ello difícilmente logren desarrollar una identidad propia y compartida por todos los miembros del grupo. En el caso de la comunidad ética, fruto de un proceso mucho más largo y cercano, como bien podría ser una relación de amistad, un grupo de amigos sí puede evidenciarse la presencia de una identidad colectiva, en tanto perdura en el tiempo y no tiene la necesidad de consumo rápido, sino más bien de refugio (González, 2007):

En un mundo líquido, de flujos rápidos e impredecibles como el nuestro necesitamos, más que antes, lazos fuertes de amistad y confianza mutua. Los amigos después de todo, son gente con cuya comprensión y ayuda podemos contar en caso de que tropecemos y caigamos (Bauman, 2006: 42).

Una vez matizada la división de Bauman entre los nuevos círculos comunitarios, es conveniente añadir que la proliferación de comunidades, especialmente del tipo estético, es común y habitual. La comunicación de masas es uno de sus mayores motores y las redes sociales uno de sus mayores instrumentos: cada vez con más facilidad y rapidez se generan ídolos inmediatos que forman una comunidad a su alrededor. Un proceso que se explica a sí mismo por la propia volatilidad del mundo actual:

No obstante, su proliferación obedece a que satisface muchas necesidades: la de pertenencia, la de diferenciación con respecto a otras comunidades, la de espacios de arraigo y seguridad ante las contingencias modernas. Además la adhesión a ese tipo de “comunidad imaginada” y, sobre todo, “sentida” evita todos los problemas que se hallan ligados a la identidad moderna. (González, 2007: 194)

En el caso del fútbol, puede esgrimirse que la comunidad generada pueda considerarse tanto estética como ética. En primer lugar, es una comunidad destinada al consumo -de eventos e información, incluso también de productos físicos como merchandising-, pero también es perdurable en el tiempo y crea lazos de unión entre muchos de sus integrantes y áreas de refugio y confianza para el individuo. A tal respecto, podríamos filtrar también entre las comunidades que giran en torno a los futbolistas y a los clubes porque es ahí donde podemos remarcar las diferencias entre los dos tipos de comunidad que proponía Bauman.

Por un lado, la comunidad creada en torno a un futbolista sí es inmediata y de consumo rápido, pues se mantiene en el tiempo tanto como lo haga el futbolista (ídolo). Y, de hecho, tal consumo puede no comprender el total de la carrera como jugador del futbolista, sino sólo el tiempo de mayor exposición mediática, ya que es justo lo que consume la comunidad de fans creado a su alrededor. Vemos, por tanto, la dificultad que tal afición genere una identidad propia y colectiva, ya que no reúne requisitos temporales ni afectivos que antes analizábamos en el punto anterior, por lo que, a la hora de hablar de comunidad e identidad dentro del mundo del fútbol, deberemos descartar tal tipología de grupo.

No obstante, si analizamos la comunidad generada alrededor de un equipo de fútbol, podemos resaltar grandes diferencias. La primera es la temporal, ya que el club está destinado a perdurar más que el individuo. El aficionado nace después del club, pero muere antes. Como decía Eduardo Galeano: “En su vida, un hombre puede cambiar de mujer, de partido político o de religión, pero no puede cambiar de equipo de fútbol”.

Habitualmente, además, la pasión por un u otro equipo de fútbol está determinada por el entorno más cercano y de confianza del individuo, por lo que fácilmente verá a la

comunidad alrededor del club como un lugar donde generar mayores lazos de unión, aunque sea de forma no consciente. De hecho, es probable que el hecho de estar dentro de la comunidad alrededor del club le permita tejer nuevas relaciones de amistad dentro de la misma comunidad.

Por otro lado, centrándonos en el consumo, este no está condenado a ser rápido, ni tampoco eje central de la afiliación del individuo dentro de su comunidad. De hecho, es posible que el aficionado de un club no disfrute del consumo de los partidos de su equipo, sino que simplemente acuda al estadio por las relaciones de amistad que ha tejido en él y al sentimiento que el club ha logrado generar en él. Para poner un ejemplo práctico. La comunidad de fans de Leo Messi (estática) ven sus partidos por el disfrute que les proporciona verle jugar, mientras que una comunidad de aficionados que acude al estadio no tiene por qué divertirse con el juego -el espacio de entretenimiento que tiene enfrente-, sino más bien al contrario este puede ser fuente de aburrimiento o sufrimiento. Si bien un aficionado acude cada fin de semana, ya sea al estadio o al televisor, a ver jugar a su equipo, no es tanto por el consumo mismo sino por el vínculo sentimental que ha generado mediante y/o con su equipo.

Es por ello por lo que una vez analizada la razón y el motivo de la comunidad generada en torno a un club de fútbol, podemos establecer unas bases para sostener que pueda generarse una identidad colectiva en torno a la propia comunidad, ya que esta no será volátil sino perdurará en el tiempo y no estará determinada aun consumo rápido e inmediato.

2.3 La identidad colectiva en el fútbol

En la actualidad, se puede argumentar que la germinación de distintas Identidades Colectivas ha tenido un fuerte incremento, haciéndose aún más visible con la aparición de internet, ya que, si antes mencionábamos el proceso de categorización, ¿qué hay más categorizador que la propia red?

La realidad de nuestro mundo actual se basa en contenido segmentado por etiquetas y algoritmos inteligentes capaces de clasificarnos en grupo sin siquiera preguntarnos. Muchas aplicaciones tan solo necesitan analizar nuestro comportamiento dentro de ellas

y nuestra interacción para ya incluirnos en uno u otro grupo. Por otro lado, con el uso extendido de internet, también se ha extendido la participación dentro de grupos ya globales con una interacción destacada en foros y redes sociales, los cuales han evolucionado a conceptos nuevos como el de fandoms.

En este sentido, junto a la crisis de valores de la sociedad moderna, internet ha ayudado a diversificar todavía más las identidades colectivas. En su estudio, Mercado Maldonado et Hernández Oliva afirma: “En el contexto social moderno, los sujetos se identifican con los diversos grupos a los que están adscritos en la medida que encuentren en ellos formas de participación, donde reafirman continuamente su pertenencia y diferencias con los otros”. A este respecto, internet no ha hecho más que ampliar esta cota de acción de forma global: ya no es necesario participar presencialmente. (Mercado Maldonado et Hernández Oliva, 2005: 238)

Estas formas y áreas de participación tienen lugar, por ejemplo, en la creación de memes, algunos de los cuales sólo son entendidos en su completo sentido por parte de los participantes del grupo social. Para añadir un caso concreto, podemos pensar en el número 33 en relación con el grupo de aficionados a la Formula 1.

Por tanto, los valores simbólicos que encontramos en nuestro mundo actual son cada vez más diversos. Ya no hay un único grupo del cual ser parte, sino hay miles de ellos.

Lo que caracteriza a las sociedades modernas sería fundamentalmente la ausencia de un universo simbólico unitario (representado por la religión en las sociedades pre-modernas) capaz de integrar las normas y los ámbitos institucionales, y de conferir significado a la vida de los individuos. La sociedad moderna sería una sociedad culturalmente descentrada, caracterizada por la multiplicación de referentes simbólicos heterogéneos no integrados entre sí. (Giménez, 1992: 198)

Por tanto, esta multiplicidad de valores y áreas identitarias ha abierto las puertas por completo a que el fútbol tome un papel relevante en este apartado. De hecho, desde su aparición en el Reino Unido y su posterior extensión a lo largo de Europa y el mundo, el fútbol ha cobrado tal importancia a nivel global que ha logrado generar algunas de las identidades colectivas más fuertes y estables de la actualidad. Fernando Carrión

argumentaba, por ejemplo, que “el fútbol es una de las prácticas sociales de identificación colectiva más importantes porque trasciende su condición de juego para convertirse en un hecho total -social, cultural, político y económico-”. (Carrión, 2006: 1)

En las gradas de todo estadio de fútbol se respira una identidad colectiva compartida por todos los aficionados a un club de fútbol. Cada uno de ellos integra un grupo social, concepto que analizábamos en el punto anterior. Deteniéndonos en el proceso, comprobamos que, dentro de una afición a un equipo, se adquieren valores simbólicos propios del grupo (por ejemplo, los cánticos) y se otorgan visiones positivas al grupo en contra de los demás (por ejemplo, un aficionado al FC Barcelona, el caso que nos ocupa, describirá con adjetivos positivos a su equipo mientras tendrá una visión radicalmente opuesta del Real Madrid, aunque en su defecto sean lo mismo), participando en el proceso la memoria colectiva del club (fechas señaladas, como, por ejemplo, finales perdidas o ganadas).

Estudiosos de la materia también encuentran en el fútbol una fiesta “que no sólo está en el juego, sino también en el ambiente festivo, de amistad y sociabilidad” que se genera en torno al deporte, reafirmando así su capacidad de generar el sentimiento de comunidad (Lluís Goig, 2006: 116). Simon Critchley veía, por otro lado, en el fútbol “una ruptura pasajera dentro de la rutina cotidiana: es una ruptura extática, fugaz y, todavía más importante, compartida” (Critchley, 2016: 101). Añadía además el concepto de la oposición - “sólo podemos ser nosotros mismos a través de la voz y de la personalidad de otro”- (Critchley, 2016: 108), algo que explicará de forma elemental Carrión en su análisis de la identificación en mundo del fútbol:

La identificación que produce el fútbol es colectiva y múltiple, gracias al atributo de ser una arena simbólica y simbiótica. Arena, en el sentido de ámbito de confluencia social de los diversos. Colectiva, en tanto es una práctica donde varios conjuntos se identifican entre sí y en contraposición a otros (por eso múltiple). Es, en definitiva, un espacio público (arena) que integra (simbiótico) y representa (simbólico) a partir de una pluralidad de elementos que confluyen simultáneamente. (Carrión, 2006: 2)

De hecho, si antes mencionábamos la importancia de la interacción social en la creación de una identidad, especialmente en cuanto a la oposición ‘a los otros’, puede decirse que

“en la confrontación está”, precisamente, “la esencia del fútbol y la base de las identidades”, ya que, en dicho deporte, “diversos actores buscan desplegarse y redimirse en relación con el “otro” durante el desarrollo lúdico del espectáculo, del drama, de la batalla sublimada” (Carrión, 2006: 5). A colación de ello, es conveniente resaltar que el escritor Jordi Puntí, aficionado al FC Barcelona, escribió un día: “Para un *culer*, no ser antimadridista es una tara” (Pàmies, 2016: 43)

Simon Critchley sintetizaba que “el fútbol es el teatro de la identidad: familia, tribu, ciudad, nación” (Cirtchley, 2016: 62). Y añadía que, precisamente, son los momentos - “el éxtasis sensorial”- que genera el fútbol y la memoria colectiva la razón por la que el aficionado es aficionado:

“El hincha vive por esa historia de momentos, vive con ella y a través de ella. Paser ser un hincha hay que crear y poseer una historia de ese tipo, o, mejor incluso, hay que cocrearla y ser capaz de compartirla con los demás, de relatarla, además de disfrutar de la posibilidad de generar nuevos momentos”. (Critchley, 2016: 129)

Critchley remarca en reiteradas ocasiones en su libro *En qué pensamos cuando pensamos en fútbol* la importancia de dichos momentos y la necesidad de compartirlo con los demás. Porque “a veces el fútbol desafía la lógica, y éstos son los momentos por los que vivimos” (Critchley, 2016: 139). No es, por tanto, extraño que Javier Marías escribiera “hoy no es solamente hoy” al referirse a un partido del Real Madrid: “Es también, por ejemplo, el 18 de mayo de 1960. Tengo ocho años y mi madre ha preguntado a los vecinos, que tienen televisión, si mi hermano Fernando y yo podemos pasar a ver el partido del Madrid, la final de la V Copa de Europa, contra el Eintracht de Frankfurt” (Marías, 2016: 127).

La puesta en relato del “ser” en la historia, despliega la posibilidad de articular a través del lenguaje “el quién se es” como historia de una vida en tanto unidad significativa. A través de una mirada hacia el pasado y una reconstrucción reflexiva sobre sí, el sujeto como hombre en sociedad puede dar cuenta de su biografía personal como constructo y articulación de todas las dimensiones anteriormente explicitadas que lo constituyen. Articulación en el lenguaje de la práctica y las representaciones que nos dicen quién es él desde él mismo, como interpretación de sí, pero también como incorporación de discursos de los otros significantes, readaptados y resignificados como interpretación propia. (Emilio Porta, 2007: 5).

Javier Marías añade, además, en este fragmento un punto muy importante para la formación del aficionado y su adhesión a la identidad de un club: la infancia. La niñez es considerada como uno de los momentos más importantes en la creación de la identidad del individuo, los estímulos que reciba en ese lapso forjarán gran parte de su personalidad y visión del mundo. De hecho, a colación de esto, es interesante recuperar otro fragmento de Javier Marías que, precisamente, define al fútbol como “la verdadera recuperación de la infancia”:

“Lo que sí sé es que no hay deporte que más angustie, cuando es angustioso. Es más, en mi caso particular confesaré que es de las pocas cosas que me hacen reaccionar hoy en día de la misma manera -exacta- en que reaccionaba cuando tenía diez años y era un salvaje, la verdadera recuperación de la infancia” (Marías, 2007: 18)

En otro de sus artículos, el escritor, aficionado del Real Madrid, reflexionaba acerca de la importancia de la relación del aficionado con su equipo de fútbol, destacando tres aspectos clave: la -falsa- aleatoriedad en la que uno elige sus colores, la permanencia en el tiempo de tal elección y, tal vez lo más reseñable, la manera en la que tal elección condicionará también la forma en la que el individuo vaya a encarar el deporte:

Se puede ser de un equipo por muchos motivos (yo lo soy porque soy madrileño y no iba a ser del Atleti, qué ofensa; por Di Stéfano y por una niñera que me mentía de niño diciéndome que era novia de Gento, lo cual me lo hacía como de la familia), pero una vez decidida la preferencia eso marca y no hay quien lo cambie, uno se acostumbra a ver el fútbol desde un estado de ánimo determinado (Marías, 2007: 29).

Sin pretenderlo, Javier Marías expone las bases de la identidad en el mundo del fútbol: la importancia de lo colectivo, de la oposición (“no iba a ser del Atleti, qué ofensa”) y también de la visión subjetiva del individuo que se acerca o se adapta al grupo. El historiador Fernando Carrión dividió en su trabajo Fútbol como práctica de identificación colectiva distintas formas en las que el individuo se identificaba con un club. En concreto destacó: el origen, el estilo de juego, los jugadores, el uniforme, la membresía, la socialización, el éxito y la oposición (Carrión, 2006: 2-6)

En el fragmento de Javier Marías podemos encontrar varias de estas razones y es que, en todas ellas, vemos al individuo elegir mediante su entorno, la gratificación que recibe de uno de estos aspectos, la elección individuales de cuáles da más importancia y también, no obstante, de su ideología, que no deja de ser más que el punto anterior. Volvemos, de nuevo, a los conceptos básicos de la identidad colectiva: participación, memoria y grupo/entorno. Y, en síntesis, podíamos destacar que, en el fútbol, la identidad se escenifica en dos ámbitos concretos: el lenguaje y la pasión.

En definitiva, el fútbol se convierte, así, en un espacio de participación social e intercambio emocional que actúa como elemento estructurador, cohesionador y generador de sentido para los que lo comparten: uno de los principales momentos en los que el grupo se agrupa y se manifiesta como tal, en los que se desarrolla una intensa participación corporal y sensorial, la expresión de un sentimiento de *communitas*, de acuerdo con los estados de sociedad definidos por Turner. (Llopis Goig, 2006: 124)

El escritor Galder Reguera lo resumía en un artículo en El País: “El fútbol para nosotros era parte del sustrato cultural. Todos compartíamos un mismo espacio a partir del cual generar una comunidad” (Reguera, 2023).

2.4. La comunicación como herramienta identitaria

La comunicación es esencial para la vida social de los individuos. De hecho, “permea toda existencia humana” (Rizo, 2020: 146). Por lo que, como veíamos antes, no es de extrañar que sea también la base de toda identidad. Nos reconocemos a nosotros mismos porque también reconocemos a los demás y lo hacemos porque nos comunicamos continuamente con ellos, ya sea mediante palabras, gestos o actos:

En cualquier situación de comunicación cara a cara asignamos sentidos al cuerpo, al propio y al ajeno. Y a la vez, el cuerpo produce sentidos sobre el entorno, sobre lo social. (..) Los cuerpos ejercen sobre los sujetos una enorme potencia significativa. Desde los cuerpos los seres humanos dotan de significado a sus entornos, a los otros seres humanos, al espacio y al tiempo. Por tanto, no es posible comprendernos a nosotros mismos como cuerpos si no es a partir del despliegue significativo y comunicativo que desde nuestro esquema corporal emitimos hacia los otros. (Rizo, 2020: 151-152)

La comunicación nos permite compartir nuestras experiencias y valores, formular juicios de valores y crear nuevas identidades. En palabras de la investigadora en comunicación intersubjetiva e intersocial Marta Rizo:

La comunicación permite superar el aislamiento individual, en tanto es el conjunto de asociaciones entre procesos de la experiencia –individual y colectiva– que permite la construcción de mundos compartidos. (Rizo, 2020: 147).

Y es precisamente de estos mundos compartidos donde nacen las comunidades, los grupos sociales y, por ende, las identidades individuales y colectivas. Porque es en el relato la forma en la que nos explicamos colectivamente, pensamos en el presente y nos reinventamos en escenarios de cambio. (Gayà et al., 2022). Cabe precisar aquí la definición que damos a relato como “la producción discursiva para la articulación de sentidos que los miembros de una comunidad construyen en el momento de ser interpelados –preguntados, observados, escuchados– en torno a diferentes aspectos (prácticas culturales, cosmovisión) de la comunidad a la que pertenecen”. (Gayà et al., 2022: 22). Y es que es el relato la base de toda identidad porque es subjetivo:

El relato no es neutro. Como constructor de realidad, tiene una función con respecto a la persona y a la cultura. Y, si bien planteamos que cada persona encuentra una pluralidad de relatos con los que puede identificarse, también nos referimos al hecho de que, en el proceso intersubjetivo, el relato permite un proceso dialéctico de reconocimiento relacional. (Gayà et al., 2022: 22).

Por lo tanto, es sencillo trazar la conclusión de la comunicación es la principal herramienta identitaria que tiene el ser humano. Con ella, atribuye e intercambia valores simbólicos, se reafirma a favor o contra ellos, recibiendo la reacción de su entorno. Cualquier identidad nace, por tanto, de cualquier acto comunicativo, sea un grito, un gesto un susurro.

Por lo tanto, cualquier comunidad que quiera generar una identidad propia dependerá de la comunicación que produzca para poder lograrlo.

2.4.1. El caso del fútbol

El fútbol es el deporte más visto del mundo. Las finales de los mundiales de fútbol son los partidos más seguidos alrededor del planeta, despertando pasiones en todos los continentes. Por ello, no es extraño que sea seguramente el deporte del que más se habla. Es el deporte que más atención reclama en los medios de comunicación, al que más tiempo se le dedica en las conversaciones. Y todo sin necesitar que haya un partido de por medio. Incluso cuando no hay nada en juego y los futbolistas están de vacaciones, el fútbol sigue teniendo un papel central en gran parte del día a día, ya sea con fichajes o previsiones para la nueva temporada.

Habitualmente, además, las historias que acompañan al fútbol no tienen por qué venir siempre del césped y del propio juego, sino que la mayoría de las ocasiones lo hará del concepto del “momento” de Critchley (2016) que ejemplificábamos páginas antes con uno de los artículos de Javier Marías (1999). Los partidos nos permiten recuperar recuerdos y contar anécdotas, nos trasladan a otro tiempo, uniéndonos con el resto de los aficionados. Los partidos, a veces, no sólo existen dentro del césped, sino que abarcan un terreno mucho más amplio, sólo visualizable con las palabras. Y es precisamente esta característica la que convierte al fútbol en un tema tan central en el mundo actual, en el deporte más seguido del mundo: es un deporte que nos permite rescatar recuerdos y explicarnos a nosotros mismos. Dotamos al deporte de valores simbólicos de forma continua. La palabra “gol” pasa a no ser sólo una palabra, sino algo más.

Porque: “El fútbol, en contra de las apariencias, necesita de la palabra para persistir. El gol, sin el grito que consagra su instante, está condenado a agotarse en la fugaz memoria del aficionado. El fútbol se expresa de este modo a través de un relato incesante que aspira a demorarse más allá del rectángulo de juego. (Cames, 2017: 494)

Antes de un partido de fútbol, el aficionado viste la camiseta de su equipo. Durante el partido, suspira y rechista, sea en casa o en el estadio. Y una vez termina, lo comenta con el resto de los aficionados. La comunicación en el fútbol es continua y, por encima del propio juego, es el pilar central del deporte.

“El fútbol es para contar. No es un deporte, contra las evidencias, sino un relato. Jugarlo a secas como si fuese un altercado de once tipos contra once tipos [...] resulta del todo vulgar y efímero. La belleza se escribe” (Tallón, 2014: 123).

Porque el aficionado a este deporte vive en concreto de la palabra más que de cualquier otra cosa. El debate es la actividad principal del aficionado que puede, incluso, no haber jugado antes al fútbol:

Obviamente, no todos lo vivimos jugándolo, en el sentido común –lúdico– del término. Tampoco lo vivimos, aunque es un nudo de nuestra articulación con él, observándolo directamente. Mi sospecha es que, fundamentalmente, lo vivimos verbalizándolo. Dicho de otra manera: (...) Nuestros gritos de alegría o nuestras expresiones de lamento ante los goles, nuestras loas a nuestros héroes o estrellas, nuestras imprecaciones a los árbitros, en fin, hasta nuestras reflexiones sobre este deporte son verbalizaciones pragmáticas, marcadamente performativas, es decir, otros tantos actos que se articulan con los que suceden en la escena. Así viviríamos en el fútbol: hablando de él, en performativo (nada extraño en rigor, pues en general así vivimos nuestras vidas sociales).

(Antezana 2003: 86)

No sorprende, por tanto, que el fútbol esté repleto de elementos simbólicos en todos sus ámbitos, algo clave para poder generarse una identidad colectiva en el aficionado. De hecho, podría decirse que es gracias justo a esto por lo que el fútbol puede desarrollar tal grado de identidad en cada uno de sus aficionados. Sin la palabra, el aficionado difícilmente podría sentirse como tal.

Margarida Bassols ha destinado varios estudios analizando el lenguaje y el proceso comunicativo del mundo del fútbol. Lo ha hecho desde tres prismas distintos, el de los jugadores, el de los medios de comunicación y el de los aficionados. Uno de estos estudios en concreto analizaba un partido entre Barça y Real Madrid cargado de gran rivalidad (Bassols, 2016) y es que, si nos remontamos años atrás, en el partido de regreso de Figo al Camp Nou, podremos encontrar en este encuentro todos los ingredientes para la creación de una identidad compartida: dos comunidad éticas -la afición azulgrana y la blanca-, una gran animadversión entre ambas y un relato compartido, cargado de valores simbólicos, en cada una de ellas.

Al futbolista portugués se le recibió como el enemigo número uno de la ciudad tras abandonar el Barça por su eterno rival, el Real Madrid, el verano anterior. Desde su marcha, se le atribuyó el papel de villano y se creó todo un relato propio dentro de la afición blaugrana a su alrededor. Por lo que, el día de su regreso, la afición lo recibió al

unísono con pitidos y numerosos insultos, incluso se llegaron a lanzar botellas y tapones y una cabeza de cerdo mientras el futbolista intentaba sacar un córner.

La carga simbólica de estas acciones es potente y sirve de ejemplo para replicar una de las bases que antes mencionábamos en la formación de la identidad colectiva, la necesidad de mostrar una oposición, con palabras y actos reales, ya que es ahí donde el aficionado puede expresar -de forma más o menos censurable- su identidad enfrente de aquello que considera su oposición. En este caso, a través de los pitidos y los gritos de traidor a Figo, el aficionado no hace más que reafirmar su identidad ante el enemigo, ante los grupos partidarios rivales. Es mediante la palabra cómo lo expresa.

Es curioso analizar, además, cómo la afición espera tener un impacto en el partido con todo ello. Por ejemplo, mirando la confianza de Figo en el ejemplo expuesto. Aunque no sólo en valor negativo, ya que cuando la afición alienta a sus propios jugadores animándolos con cánticos o aplausos, se busca el efecto contrario, es decir, positivo. Aunque el grupo, la afición, no participe de forma directa del juego, busca siempre sentirse partícipe, una de las bases de la identificación social, con el equipo, no sólo a través del lenguaje entre aficionados a la hora de comentar el partido, sino para tener un impacto en él, ya sea animando a su club o abucheando al rival. No es raro, por ejemplo, escuchar silbidos en las posesiones del equipo visitante en los partidos de la mayoría de los estadios.

Para observar la importancia de la participación de la afición, podemos citar, por ejemplo, declaraciones como la de Cuadrado, ex jugador del Sevilla, cuando se refería a su afición como el jugador número doce al terminar un partido. Esta forma de referirse a los aficionados es común en el mundo del fútbol y juega con el hecho de que el equipo local siempre juega con un jugador más gracias al peso que tiene el aficionado en el partido.

Por tanto, aunque el aficionado no juegue de forma literal, sí participa del partido y de la acción, sí vive el fútbol de manera directa y activa. Su participación, en tanto es base de su identificación para con el club, no está exenta de duda, sea en un partido en la grada o comentando ese partido la semana siguiente en grupo. Un nuevo ejemplo es, por ejemplo, las declaraciones de Fernando Roig, propietario del Villareal, cuando dijo: "Si la afición no apoya, yo me marchó". La labor, por tanto, la vemos resumida en la siguiente reflexión

:

Mientras la mercantilización de este deporte se incrementa, la afición busca apropiarse del espectáculo a través de la representación de una serie de escenificaciones: de socialización, ritualidad y tecnicidad, con la pretensión de tener una participación más activa dentro del espectáculo (Martínez Arrellano et Calderón de la Barca Guerrero, 2009: 20).

Por último, la importancia de la comunicación en el fútbol también es visible en su lenguaje. Cada comunidad de aficionados ha creado uno propio: inventándose apodosos para los jugadores, entrenadores y dirigentes, cantando lemas y cánticos en común. En el fútbol, se utilizan conceptos que están en una constante renovación de significados. Por ejemplo, la palabra “estilo” dentro de la afición blaugrana, siendo este un concepto que encierra tanta carga de valores simbólicos que bien utiliza la afición para expresar gran parte de su identidad en él.

La comunicación es la principal herramienta identitaria en el fútbol. Los aficionados se retroalimentan de la palabra para explicarse a sí mismos, la utilizan para vivir y jugar sobre el césped, la consumen continuamente, creando incluso un lenguaje nuevo y propio. De ahí la importancia de los noticieros y el periodismo, elementos clave para la realfabetización cultural” (Travis, 1998) que implica entrar del mundo del fútbol.

2.4.1.1. La importancia del periodismo

En base a esta última idea, es conveniente señalar la función de la prensa y la comunicación en la germinación de la identidad en un grupo. Aunque es posible que su importancia haya disminuido con la aparición de las redes sociales, dado que la formación de la opinión pública ya no depende sólo de los medios de comunicación principales del grupo, es innegable la labor que ha ejercido a lo largo de las décadas en la formación de la identidad en los aficionados de los clubes.

En primer lugar, la prensa ha sido la encargada en muchas ocasiones de acercar el espectáculo y el deporte al aficionado cuando no ha podido estar in situ, ya fuese mediante crónicas o resúmenes de las jugadas más importantes del partido. En determinadas ocasiones, el periodista ha sido los ojos del aficionado. En segundo lugar, la prensa ha

sido el principal brazo vehicular de la formación de la opinión pública dentro del grupo. Después de los partidos se destinan horas a analizar lo acontecido, a repasar el rendimiento de jugadores, entrenador y árbitro. Se mantienen largas tertulias donde el foco opinativo termina modificando también la opinión del aficionado. En muchas ocasiones, la forma en que estas tertulias se desarrollan define también a la comunidad en cuestión. Por ejemplo, como analizaremos más adelante, no es extraño, por ejemplo, que, en una tertulia sobre un partido del Barça, uno de los focos principales del análisis es en la forma en la que se ha jugado el partido (más allá del resultado) y si se han cumplido unos ciertos mecanismos en el juego que ha definido siempre al equipo.

En algunos casos concretos, lo identitario de la comunidad también se traslada al medio de comunicación en cuestión. El diario Sport, por ejemplo, se identifica como el diario de la afición blaugrana, aceptando una visión con unos valores ya acordes al grupo al que va dirigido. El Mundo Deportivo también comparte el mismo razonamiento mientras que, en el otro lado, Marca y As son más cercanos al Real Madrid, el eterno rival *culer*, lo que su visión es opuesta a los diarios catalanes. Con ellos, vemos de nuevo la importancia de la oposición y como aparece en cada una de las áreas identitarias de los grupos y la forma en que esta se presenta.

Y de hecho es, en parte, por la prensa por lo que el fútbol se ha hecho también tan popular y colectivo. Ramón Llopis Goig lo analizaba en su estudio *El fútbol como ritual festivo*. Un análisis referido a la sociedad española: “Donde realmente se refleja la dimensión colectiva que alcanza el espectáculo futbolístico en España es en las tasas de audiencia que generan las retransmisiones y programas dedicados al fútbol” (Llopis Goig, 2006 : 122). Villena también concluye:

Con esos elementos en mente volvamos al fútbol. La introducción de la televisión por vía satélite en los años ‘70, que se potencia ad-infinitum con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación que se generaron en los ‘80 y ‘90, marca la definitiva globalización del fútbol como espectáculo (Villena, 2003: 263)

Los medios de comunicación contribuyeron a convertir al fútbol en ritual y tema de conversación perdurable en el tiempo, amplificando su importancia y vertebrándolo como una identidad propia para el individuo y el grupo:

De modo que los medios de comunicación, especialmente la televisión, han convertido los encuentros futbolísticos del fin de semana en un rito del que participan millones de personas. Con una periodicidad semanal, los aficionados se reúnen en sus domicilios o en locales públicos a la búsqueda de su dosis de emoción y entusiasmo colectivo. La amplificación que le proporciona la retransmisión televisiva le convierte en potente organizador de los tiempos de las personas. El día del partido es el 'gran momento' de la semana. De él se hablará durante los días siguientes al encuentro en el trabajo, con los amigos y en los diversos círculos sociales de cada individuo. A mitad semana dejará de hablarse del encuentro del fin de semana anterior, pero sólo porque ya se comienza a hablar del que se disputará el siguiente fin de semana. Además, siempre hay otras cuestiones de actualidad que se cruzan en este calendario y que mantienen viva la llama de la conversación futbolística. (Llopis Goig, 2006 : 123)

Simon Critchley (2016) analizaba en la idea de la repetición como eje vertebral del deporte:

La esencia del fútbol radica en la repetición, en este partido, en el partido previo y en el partido siguiente. Y ninguno de ellos es menos original que el anterior. Cada partido es una expresión de la esencia del fútbol, que consiste por entero en la repetición. A partir de este acto repetido, que los espectadores reconocen como tal, podemos establecer series, o series de series, con las que comenzar a establecer una historia, o series de historias, pongamos que sobre el desempeño de un equipo durante un torneo o a lo largo de una temporada, o que nos permitirán comparar entre diferentes temporadas. (...) El fútbol es un acto constante de mimesis productiva, o de imitación que se reproduce a sí misma en nuevos partidos. Siempre habrá una próxima temporada o un torneo aguardando. No hay un original, sólo la reiteración de un acto repetido. El fútbol no es sólo mediación hasta el final; su naturaleza consiste únicamente en la reproducción, en una sucesión interminable de actos miméticos y creativos. (Critchley, 2016: 59).

Y el propio Critchley concluía que para el aficionado “lo que te mata del fútbol no es la decepción, sino la esperanza constantemente renovada” (Critchley, 2016: 93). El escritor Eduardo Sacheri también opinaba de forma similar cuando comparaba al fútbol con “una vida en pequeña escala, pero con la enorme ventaja de que siempre se podía volver a empezar”

Por otro lado, si antes mencionábamos la importancia de un lenguaje propio dentro de la comunidad, parte de su identidad, no podemos mencionar que parte de este lenguaje nace precisamente de los medios de comunicación y el ingenio de algunos periodistas. A Leo Messi se le conoce como la pulga después de que un periodista lo comparara con una pulga por su tamaño menudo y su habilidad para escurrirse de los defensas. El aficionado acaba por integrar este tipo de comparaciones y adjetivos, incorporándolos en el lenguaje de la propia comunidad, debido en mayor parte a que los medios son referencia y tienen una “presencia gravitante” como recoge Nina Alejandra Martínez y Nelly Calderón (2009).

En ese sentido, Protzel (1994) considera que quizá la gran contribución de la mass-mediación a este deporte sea la de construir, por un lado, imaginarios futbolísticos, conjuntos de percepciones, recuerdos y estados de ánimo, y por otro, un discurso, con formas de razonamiento y una retórica aceptada e incorporada al léxico común.

El fútbol es, por tanto, inseparable de las voces que lo cuentan. Cada afición tiene sus filias y fobias en el mundo de la comunicación, periodistas más o menos afines, sus propios portavoces. En un análisis concreto y desde una visión también cultural, podemos comprobar como a lo largo del siglo XX entre los tres equipos con más afición en España, encontramos a tres actores culturales esenciales en la prensa para cada uno de estos grupos de aficionados: García Hortelano para la afición colchonera, del Atlético de Madrid; Javier Marías para la afición merengue, del Real Madrid; y Manuel Vázquez Montalbán para la afición *culer*, del FC Barcelona. Estas tres figuras dedicaron varias columnas en diarios y revistas para contar opiniones y reflexiones acerca de su club, para explorar las razones de su sentimiento y también de la idiosincrasia de su propia afición. En sus letras está gran parte de la alma del resto de sus compañeros en las gradas y sus reflexiones a menudo no eran sólo únicas e individuales, sino también en cierta manera colectiva.

2.5. La convivencia de valores antagónicos

No obstante, es obvio que no todo aficionado participará de forma idéntica en la identidad colectiva, como tampoco la percibirán de la misma manera. Además, es probable que, entre la afición, se puedan observar multitud de identidades distintas entre sí, algunas

inclusos opuestas entre algunos individuos. Pero ello no tiene porque implicar que la identidad colectiva esté en entredicho.

Como comentábamos antes, la atomización de las identidades colectivas en la actualidad promueve que cada individuo forme parte de identidades colectivas muy distintas entre sí, no teniendo que haber una implicación clara y directa entre ellas más allá de la subjetividad y valores de cada uno de los individuos que escogen formar parte de ellas. Y he ahí la clave: toda identidad es un proceso subjetivo. Por ello, es posible encontrar a alguien con una ideología comunista que disfrute del entorno del fútbol actual, esencialmente capitalista, ya que, en su proceso identificativo, elige pasar ciertos valores y aspectos emocionales por encima de, en este caso, los ideológicos.

Sobre tal confrontación de valores identitarios dentro de un individuo, Simon Critchley exponía que, para ser aficionado a este deporte, uno también tenía que “creer en las hadas”:

“Pese al cinismo, al corrupción y el capitalismo crónico propios de este deporte, ser hincha te obliga a creer en las hadas, a comportarte como un estúpido y a tener un cierto grado de utopismo” (Cirtchley, 2016: 86)

Dávila observaba al respecto que “no hay, entonces, un reflejo a manera de espejo, sino un lugar privilegiado para la construcción y reelaboración de identidades diversas y fluidas que hacen del fútbol un espacio condensador de adhesiones y arraigos” (Dávila, 2003: 130).

Esto significa que el poder simbólico que porta el fútbol permite que la población se identifique de manera simultánea y múltiple alrededor de su disputa. Por esta razón se convierte en un elemento importante de atracción social que le lleva a ser un espacio de encuentro y confluencia de voluntades, pasiones e intereses diversos y contradictorios. Por eso, un partido de fútbol se define a sí mismo como encuentro; lugar donde las adhesiones sociales terminan siendo distintas, pero no excluyentes. (Carrión, 2006: 5-6)

Este hecho, no obstante, no impide que cada club de fútbol no guarde su propia ideología en base a la memoria colectiva que el club y la afición han creado. Por ejemplo, en el caso

que nos ocupa y analizaremos a continuación, el lazo del FC Barcelona con Catalunya y el catalanismo. Uno de los mayores historiadores del club azulgrana, por ejemplo, Carles Santacana lo analizaba mediante la adhesión del club en la campaña para secundar un proyecto de la Mancomunitat catalán de un estatuto de autonomía en 1919, el cual no fue firmado por el otro club de la ciudad, el RCD Espanyol, lo que convirtió este hecho en “destacado por la prensa y en un artículo se llegó a decir que el club azulgrana había acontecido el club de Cataluña”. (Santacana, 2014: 163)

2.6. El caso de Cataluña y el FC Barcelona

El deporte llega a Cataluña a inicios del siglo XIX gracias a la cercanía con Francia y a los lazos con el Reino Unido. Rápidamente, la gimnasia se expande a lo largo de la ciudad de Barcelona, donde se abren multitud de gimnasios, haciendo que el deporte tenga una buena visión social, algo enriquecedor, pese a los resquemores iniciales de algunos, especialmente fuera del ámbito catalán. (Iturriaga, 2015). En este sentido, no es extraño que cuando la Exposición Universal de 1888 se celebra en Barcelona, haya demostraciones deportivas con un gran impacto en la sociedad. (Santacana, 2014)

El deporte empieza a relacionarse con el concepto de la modernidad y, por ello, Barcelona y, junto a ella, Cataluña, deciden volcarse en torno a él. Es por ello por lo que, al contrario que otros lugares como el País Vasco, la proliferación de la gimnasia y los nuevos deportes que aparecen en el continente (como el tenis, el fútbol o los deportes acuáticos como el remo) empiezan a sustituir el espacio de los juegos tradicionales. La ciudad barcelonesa adopta como propios los nuevos deportes, surgiendo a finales del siglo XIX las primeras asociaciones deportivas ligados a los gimnasios de la ciudad.

He aquí un punto importante y de discusión, ya que el caso de Cataluña es paradigmático a este respecto. En aquel entonces, lo habitual es que los gimnasios y las asociaciones deportivas no fuesen de la mano, pues los deportes al aire libre (conocidos como deportes atléticos o británicos) tenían una concepción opuesta a la gimnasia que, desde el concepto alemán, el cual fue el mayoritario en Europa, tenía una visión no lúdica, tratándose de proyectos formativos. En Francia, por ejemplo, la división entre clubes deportivos y sociedades gimnásticas fue evidente, como expone Santacana. Además de tratarse de una división político: “mientras los sectores conservadores se inclinaban por una gimnasia

alemana, a la cual concedían también un valor de preparación premilitar, los sectores progresistas optaban claramente por privilegiar a los deportes ingleses”. Sin embargo, en el ámbito catalán, tales visiones no se ven incompatibles y se entremezclan sin problemas a finales del siglo XIX: “los inicios del deporte catalán están marcados por la absoluta permeabilidad a los dos modelos” gracias, en parte, “por el hecho que, para los promotores del deporte, esta actividad era una pieza más del proceso de modernización que deseaban para la sociedad catalana” (Santacana, 2014: 160).

Este breve preámbulo sobre la llegada del deporte a Cataluña explica la importancia que tuvo del deporte para con la sociedad catalana y su voluntad identitaria de verse reflejado en el mundo como símbolo de la modernidad, coincidiendo precisamente con el periodo de industrialización que vivía el país.

No obstante, no puede obviarse que los círculos que rodeaban al deporte en sus inicios eran netamente familias de buen calado social y económico que veían en el deporte, como decíamos, un importante símbolo de modernidad. Los primeros jugadores de fútbol, por ejemplo, eran “ejecutivos, técnicos y funcionarios extranjeros, en su mayoría británicos (...) La mayoría eran jóvenes con una posición desahogada”. (Iturriaga, 2015: 116) Lo que liga esencialmente con la creación de los primeros clubes de fútbol de la ciudad:

El caso del fútbol sirve para entender cómo se acontecía la introducción de estos deportes de origen inglés en la sociedad catalana. Por un lado, a veces se trataba de catalanes que habían descubierto estos deportes en sus estancias en Inglaterra o en Suiza y que, al volver a su país de origen, los difundían en sus círculos de sociabilidad; también había casos en que eran ciudadanos de origen británico establecidos en Cataluña quienes querían seguir practicando su deporte favorito, y lo hacían entre ellos mismos o abriéndose a algunos autóctonos. (Santacana, 2014: 161)

Sin embargo, la evolución de algunos deportes, como es el caso del fútbol, lo lleva a abrir la puerta a todo el espectro social, al contrario que el tenis, ya que “Aunque los primeros practicantes del fútbol eran personas de posición social acomodada, ciertamente su desarrollo iba dirigido sobre todo a captar nuevos deportistas y estaba alejado de la praxis de la sociabilidad acomodada tradicional” (Santacana, 2014: 161).

En la actualidad, tal división aún es patente y ciertamente ha demostrado ser un factor clave para que la identidad colectiva del fútbol esté mucho más arraigada en la sociedad actual. Los números de audiencia de los partidos de ambos deporte o la repercusión de las figuras públicas en el territorio catalán sirven de buen ejemplo de ello.

El caso del FC Barcelona empieza en 22 de octubre de 1898, Hans Gamper, un joven suizo venido a la capital catalana aquel mismo año, después de contar con el beneplácito de Manuel Solé, propietario del gimnasio “Don Gimnás”, publica un anuncio en la revista Los deportes para encontrar a personas interesadas en formar un equipo y organizar y jugar partidos de fútbol. (Iturriaga, 2015).

Un mes más tarde, el 29 de noviembre, Gamper y once hombres más que el FC Barcelona recoge en su web, los suizos Otto Kunzle y Walter Wild, los ingleses John y William Parsons, el alemán Otto Maier y los catalanes Lluís d'Ossó, Bartomeu Terrades, Enrique Ducay, Pere Cabot, Carles Pujol y Josep Llobet), forman en el gimnasio de Manuel Solé la asociación de fútbol en cuestión con el nombre y el escudo de la ciudad.

En cuanto a los valores iniciales del club, los cuales nos sirven como base de la identidad colectiva primigenia del club, en la propia página web del club destacan:

Gamper, enamorado del deporte -además de fútbol, era practicante de atletismo, ciclismo, rugby y golf, lo concebía como un factor determinante para ensalzar las virtudes del ser humano.

Deseó una entidad abierta a todos, sin tener en cuenta la procedencia de las personas. Se imaginó un club integrador en el que todo el mundo pudiera decir la suya, y apostó por una sociedad democrática, regida libremente por sus asociados. Y, agradecido con el país que lo había acogido, Catalunya, no dudó, a partir del año 1908, a dar al FC Barcelona un sentido que lo marcará universalmente: el compromiso con la catalanidad.

Catalanidad, democracia, polideportividad, universalidad. Es a partir de las premisas de Gamper que hoy todo tiene un sentido cuando hablamos del Barça.

Y no son palabras vacías, ya que, en sus inicios, para jugar con el FC Barcelona sólo se necesitaba ser socio de la institución. De hecho, sólo podías jugar en caso de serlo, lo que liga de forma directa con una cualidad imprescindible para generar una identidad en un

grupo: la participación. Y sin existir los medios actuales para que esta participación sea hablada, como dijimos anteriormente, ni tener el fútbol la repercusión actual, es evidente que el poder jugar para el club fue la primera piedra para la creación de la identidad del club.

También es conveniente resaltar la palabra catalanidad, ya que pese en los dos primeros estatutos de 1898 y 1911 se indicaba una posición apolítica, a partir de 1915, la cercanía del club con el catalanismo político moderado se hace palpable, quedando reflejado en los Estatutos aprobados cinco años después (Arrechea, 2014). De hecho, ya en 1919 tenemos una primera muestra evidente de la catalanidad de la institución con su adhesión a la petición de la Mancomunitat catalana para secundar un proyecto de estatuto de autonomía, el cual tenía que ser aprobado por las Cortes españolas y contaba con el apoyo mayoritario de la política catalana (Santacana, 2014). Y si antes mencionábamos que las identidades se generan, en parte, por la oposición con los otros, esta adhesión supone un punto determinante para el FC Barcelona y, ahora su rival, el RCD Espanyol, que no se sumó a la petición.

El proceso de catalanización de la sociedad incluyó, lógicamente, las entidades deportivas. Aunque esta dinámica fue bastante generalizada, no todos los clubes tenían el mismo eco social, y se puede decir que fue en estos momentos cuando la rivalidad deportiva entre los dos principales clubes de fútbol de la ciudad de Barcelona — FC Barcelona y RCD Espanyol— tomó también una dimensión sociopolítica. (Santacana, 2014: 163)

De hecho, la diferencia entre las posturas de ambos clubes llevó a la prensa a destacar y decir en artículos que el club blaugrana “se había convertido en el club de Catalunya” (Santacana, 2014: 163). Una identificación que se iría reafirmando con los años cuando en el estadio del club se escuchasen pitidos al himno español durante la dictadura de Primo de Rivera (de marcada posición anticatalanista), lo que lo llevó a clausurar el club durante seis meses, o cuando su presidente, Josep Sunyol, fuese fusilado durante la Guerra Civil y en la dictadura de Franco se castellanizase el nombre del club -de Futbol Club Barcelona, denominación de origen inglés, pasó a Club de Fútbol Barcelona- y se cambiasen los colores de la senyera del escudo. Tampoco es extraño que, una vez

terminada la dictadura de Franco, Manuel Vázquez Montalbán, reconocido periodista, afirmó en un artículo que el Barça era “el ejército desarmado de Catalunya”:

En cierta ocasión histórica, un presidente del Barcelona Club de Fútbol dijo que el Barça era... más que un club". Lo dijo bajo el franquismo (...) Todo lo que no fuera comulgar con la verdad oficial y absoluta del franquismo se convertía en un hecho de oposición objetiva y el equipo de fútbol del Barcelona polarizaba las ansias nacionalistas de los catalanes, como si fuera el ejército desarmado de un país con la identidad aplastada por el vencedor en la guerra civil. Cuando el Barcelona ganaba un partido de fútbol al Real Madrid, considerado el equipo del gobierno, Cataluña se resarcía un tanto de todas las guerras civiles que ha perdido desde el siglo XVII. Y cuando el Barcelona perdía contra el Real Madrid, Cataluña ratificaba su condición metafísica de pueblo perdedor, de pueblo desgraciado, sometido al yugo tiránico de las hordas centralistas. (Vázquez Montalbán, 1987)

De hecho, la apreciación de Montalbán también liga con la de Javier Marías en relación con el club cuando en una de sus columnas lo definió como un equipo tradicionalmente “exquisito y melancólico, con jugadores delicados y dados a la depresión” (Marías, 1994: 34). Además, la conexión entre territorio y club que subraya Montalbán y Critchley también aparece en las reflexiones de Josep Lluís Goig, que en el caso general del fútbol en España lo explica de la siguiente manera:

El deporte, y el fútbol especialmente, es una actividad dotada de un tremendo potencial de creación de sentido por medio del cual proporciona a los individuos esquemas y herramientas con los que dominar las relaciones sociales y el tiempo. En el caso de España, uno de los ejes que con más frecuencia se sitúan a servicio de esta dimensión simbólica es la identificación etnoterritorial: los clubes de fútbol representan ciudades, regiones o naciones, lo que convierte a la competición liguera en espacio simbólico de confrontación identitaria. El enfrentamiento futbolístico actualiza y reaviva rivalidades históricas, y actúa como cauce de expresión de ansias de revancha o de supremacía. (Lluís Goig, 2006: 124)

Los estudiosos Oliven y Damo, además, también concluyen que el fútbol moviliza precisamente afectos y pasiones de grupos locales y nacionales -“Conveniente ver al fútbol como una práctica que moviliza la energía y los sentimientos de millones de

personas que, al vibrar con él, están no solamente movilizando energía física, sino afectos y pasiones que hablan acerca de grupos que van de lo local a lo nacional (p. 26)”. A colación de ello, Simon Critchley reflexiona que el deporte es, de hecho, “la sublimación de la guerra civil. Y el fútbol es la continuación pacífica, y regida por leyes, de unos conflictos que habían encontrado su expresión en la violencia de tiempos anteriores y menos civilizados” (Critchley, 2016: 148).

De hecho, en el mismo artículo, Vázquez Montalbán mencionaba que “casi al día siguiente de terminar la guerra civil, muchos catalanes que querían seguir siéndolo, consideraron que la mejor manera de demostrarlo era hacerse socios del Barcelona Fútbol Club” porque “era algo menos arriesgado que militar en la clandestinidad contra el franquismo y permitía exhibir, a plena luz, una condición discrepante, disidente diríamos ahora, tolerada por el sistema franquista. El franquismo no tenía ni un pelo de tonto y prefería que las masas gritaran en los estadios, los domingos de cinco a siete de la tarde, a cambio del silencio en las calles durante los días laborables”. (Vázquez Montalbán, 1987) Y es que como comenta Iturriaga en su tesis doctoral sobre la magnitud sociopolítica del club, el Camp Nou, en los años cincuenta, “ se convirtió en un improvisado lugar para realizar reivindicaciones políticas. El hecho de ser el recinto de Cataluña con mayor capacidad de concentración popular, unido al tradicional vínculo del club con actos reivindicativos, hizo que comenzara la tradición de lanzar octavillas con contenido político”. (Iturriaga, 2015: 256)

En los ojales de muchas de estas personas que avanzan hacia el Nou Camp hay un escudo con cuatro barras rojas sobre fondo amarillo. ¿A que esto no lo han visto en otros campos de España? Incluso algunos niños agitan banderitas triangulares con idénticos colores. Las gentes hablan mayoritariamente el catalán, en una ciudad en que, según últimas y cultas estadísticas, hay un 40 por ciento de castellano-parlantes. (...) este público sería insólito en cualquier otro campo de España. Como serían insólitos esos coches que pugnan por pasar entre el alud de cuerpos humanos impenetrables y que, en el cristal trasero, sostienen el reclamo: Parleu català (Hablad catalán). En muchos de estos coches tiembla lentamente (la marcha es lenta) la bandera del Barça y la de Cataluña (Vázquez Montalbán, 1969)

Podemos percibir en estos episodios la construcción de la identidad colectiva en torno al FC Barcelona en base a tres palabras clave: democracia, catalanidad y modernidad. Palabras que aún hoy representan a la institución y puede verse en, por ejemplo, sus equipaciones fieles a los colores de la *senyera*, la vigencia como club democrático en tanto el club es propiedad de los socios y el presidente es elegido por ellos (el único de primera división junto al Real Madrid y al Athletic Club) o la comunicación del club en tanto ser una referencia del progreso, podemos verlo en unas declaraciones recientes recogidas por Mundo Deportivo de Laporta en relación al futuro nuevo estadio del club: “La sostenibilidad es una prioridad fundamental, haciendo del futuro Spotify Camp Nou un pionero en su campo y con tecnología de nueva generación”.

No obstante, resumir la identidad de la afición azulgrana a estas tres características sería faltar a la realidad, ya que todavía no se ha nombrado un elemento imprescindible: el modelo de juego. La afición azulgrana siempre ha celebrado y se ha sentido orgulloso de jugar de forma coral, atractiva y ofensiva, siendo protagonistas con el balón y absorbiendo un gran porcentaje de la posesión en el partido. De hecho, se ha llegado a darle el nombre a este estilo de juego como Tiki-taka. No es extraño tampoco que a la hora de discutir sobre jugadores y entrenadores, muchos aficionados mencionen también el famoso “ADN Barça” para referirse si son aptos o no para el club. De hecho, es algo de lo que la prensa también se hace eco. Encontramos, por ejemplo, artículos titulados “El ‘ADN Barça’ triunfa en Europa” para hablar de que los tres equipos con mejor efectividad de pase eran equipos entrenados por exjugadores y ex entrenadores del FC Barcelona (Xavi Hernández, Pep Guardiola y Luis Enrique).

El famoso ‘ADN Barça’ nace con la llegada de Cruyff al banquillo azulgrana a finales de la década de los ochenta y la creación del Dream Team, un equipo característico por su posesión de balón y su juego alegre. La figura de Cruyff no es indiscernible tampoco de la identidad *culer*, ya que es posiblemente la figura más influyente en su historia pues revolucionó al conjunto azulgrana implementado un modelo de juego que aún hoy perdura, aunque sea sólo de forma simbólica. En la actualidad, cuando se habla de ‘ADN Barça’ como una visión de ver el fútbol, se habla intrínsecamente de ‘Cruyffismo’ en tanto es la base para trabajar y construir dicha visión. De hecho, el jugador neerlandés es elemental para entender al club. Vázquez Montalbán lo resumía así en uno de sus

artículos, asumiendo que nunca la afición había tenido a un referente tan claro por el que sentir tal “veneración protectora” (Vázquez Montalbán, 2019: 249):

Ni a pesar de las promesas tan sabrosas implícitas en el discurso del excelentísimo señor ministro de Información y Turismo, el país sigue pendiente de un solo tema, que no es el del aperturismo. El tema nacional es: Cruyff. Días antes del partido Barcelona - Espanyol se supo que el defensa central españolista De Felipe había recibido anónimos escritos y telefónicos, que, más o me-nos, decían lo siguiente: «Como lesiones a Cruyff, pelagra tu vida y la de tus hijos».

Ni en los tiempos de Kubala, Di Stéfano y Wilkes se había llegado a este extremo. Setenta mil socios del F. C. Barcelona, casi cien mil seguidores barcelonistas de cada domingo, dos millones de partidarios del Barça en Cataluña y resto de España, sienten por Cruyff una veneración protectora que no inspiraban Kubala o Di Stéfano. Cruyff es como un patrimonio colectivo de aspecto frágil que hay que degustar y proteger al mismo tiempo. (Vázquez Montalbán, 2019: 249)

A este respecto, el peso de la cantera es también esencial, ya que la formación de los más jóvenes es una característica elemental para el orgullo de la afición *culer*. No hace falta ver más que la mayoría de las grandes figuras históricas del club han sido jugadores de la cantera: Pep Guardiola, Andrés Iniesta, Gerard Piqué, Xavier Hernández o, el mejor jugador de la historia del club, Leo Messi. De hecho, en la mayoría de las épocas más doradas del club, la presencia de canteranos en el equipo titular era bastante numerosa. Para muestra de ello, los partidos con un once completamente formado por jugadores de la cantera en la época de Pep Guardiola en el banquillo azulgrana en la que el club ganó todos los títulos posibles.

Cabría añadir que la cantera del club tiene nombre propio: La Masía. Un nombre bastante evocador en cuanto tiene origen catalán y tiene un sentido simbólico totalmente opuesto al de entidades rivales como el Real Madrid, que llama a su cantera como La fábrica. Mientras un nombre tiene un carácter evocador más hogareño, el otro lo tiene más de producción. Encontramos, por tanto, aquí un nuevo binomio de oposición que tan bien realza la identidad de uno y otro equipo. De hecho, es algo que la afición azulgrana siempre ha destacado orgulloso ante sus eternos rivales, llegando hasta a la prensa, con portadas como las de Mundo Deportivo, diario más cercano al FC Barcelona, el 1 de diciembre de 2016, dos días antes de un partido entre ambos clubes, en el que titulaban

el encuentro como un duelo entre “Cantera vs Cartera”. Vemos, de nuevo, como la identidad colectiva del club adopta nuevos conceptos y se enorgullece de ellos siempre en base a la oposición contra otros rivales y la importancia de la prensa a la hora de crear y/o transmitir estos valores simbólicos.

A tal respecto es interesante añadir otro caso práctico de oposición de valores simbólicos de un grupo frente a otro en un mismo aspecto. En Barcelona, el Barça es el club con la mayor base social de la ciudad, teniendo su eterno rival, el RCD Espanyol, menos afición. Tal dato objetivo, recuperando las palabras de Cirese, es traducido de forma radicalmente distinta en valor por parte de ambos grupos sociales. Para los aficionados al FC Barcelona, es motivo de orgullo, siendo una muestra de superioridad respecto a sus rivales, mientras para los del RCD Espanyol también lo es, ya que logran transformarlo de forma positiva, viendo en ser menos una muestra de mayor adversidad y, por tanto, de mayor lealtad. Lo vemos en uno de los lemas de esta última afición, por ejemplo, cuando se definen a sí mismo como “maravillosa minoría”.

Al respecto de los lemas, también es interesante resaltar el del FC Barcelona, el cual exploraremos más adelante, pero que nos sirve para ilustrar, por ejemplo, la existencia de una memoria social en la afición. En el lema que vestía el antiguo Camp Nou (“Més que un club”) no sólo se pretende dar un grado de superioridad del club respecto a los demás, sino también se intenta condensar parte de la historia del club en cuatro palabras: pudiéndose entender el mensaje en dos ámbitos distintos, destacando el valor polideportivo del equipo o el político arraigado en la creación del club en el proceso del catalanismo -el Barça es más que un club en tanto aporta un valor social y político transformador, es decir, su objetivo y pasa por encima del propio deporte.

En conclusión, podemos ver que la identidad colectiva *culer* se ha basado a lo largo de la historia en pilares como la catalanidad, la democracia y la modernidad en el aspecto político-social, pero también en el propio juego y forma de verlo, con un juego alegre y coral, ofensivo y atractivo de ver para el espectador, que encarna el “ADN Barça”, la identidad de juego que debe aprender todo jugador del club, por lo que la masía, es decir, la cantera se convierte en un elemento imprescindible para entender la identidad del club.

De hecho, vemos en esta última asociación como el propio grupo, es decir, afición e institución, son conscientes de una identidad colectiva propia y arraigada en el club en cuanto el Barça debe jugar siempre de una manera predeterminada, debiendo ser aprendida desde niño. De ahí el valor de los canteranos.

No obstante, deberíamos añadir un último preámbulo y hacer un recordatorio de que nos encontramos en pleno siglo XXI con la conveniente atomización de las identidades colectivas e individuales. Por lo que, aunque la identidad histórica de la institución y la afición se haya construido en base a los pilares anteriormente citados, no podemos pretender tampoco la completa implicación y afinidad de los aficionados en cada uno de ellos, siendo la identidad colectiva del club hoy en día una suma diversas identidades dado la repercusión global del club*.¹

¹ Es posible, por ejemplo, que un aficionado al club no se vea representado en la base de la identidad catalana que ha tenido siempre el equipo, pero sí en el modelo de juego y su carácter atractivo.

3. Reportaje

Cinco sentidos

La gente abre mucho los ojos cuando Edu da su dirección. *Vivo en el Camp Nou*. Sus amigos más cercanos saben que no miente. Tiene el estadio a dos minutos. Tan cerca que, desde su habitación, ha escuchado decenas de conciertos sin pagar ni un centavo. Como el de Bruce Springsteen cuando tenía 15 años. Gracias al recinto de La Maternitat, la música rebotaba y se amplificaba de tal forma que llegaba nítidamente al lavadero de su casa, pared con pared con su habitación y, desde ahí, tumbado en su cama, Edu se había aprendido de memoria los coros de *Someday (We'll be together)*, moviendo los pies, había tarareado las melodías de *Outside Looking In* o *One way Street*, aunque en su interior, deseara que Bruce Springsteen dejara de ser Bruce Springsteen y se transformara en ese preciso instante en Chris Martin.

Coldplay era su grupo favorito. Desde que Pep Guardiola se había hecho cargo del primer equipo del Barça en el 2008, antes de los partidos, sonaba en la megafonía del estadio la canción *Viva la vida*, y Edu se había enamorado. Venía incluida en el álbum que el grupo acababa de estrenar aquel mismo año y gracias al éxito de aquella temporada -el equipo ganó todos los títulos posibles, Liga, Copa y Champions-, la canción se había convertido en un himno, no sólo para Edu, sino para toda la ciudad. Los primeros coros, por arte del destino, además, se habían grabado en Barcelona.

Cuando se publicó *Viva la vida*, Edu todavía iba al instituto y acababa de aprenderse las propiedades de la luz. Mientras la luz viajaba a 300.00 kilómetros por segundo, el sonido lo hacía a tan sólo 0,343 kilómetros, en casa, sin embargo, las velocidades parecían contradecirse y el sonido llegaba siempre antes que la imagen: “Teníamos el campo al lado, lo escuchábamos siempre los fines de semana. Era como una radio”.

En los partidos, Edu iba siempre un paso por delante del narrador y había momentos en que no miraba la pantalla para centrarse en sus tímpanos. Cuando el comentarista analizaba lo peligrosa que era la acción, Edu hacía segundos que estaba inquieto, escuchando el murmullo, y cuando la jugada terminaba con el remate del delantero centro, Edu ya celebraba enloquecido con su padre en el sofá. Sólo después de desfogarse dando un par de golpes al aire y abrazarse con su padre, miraba de reojo la repetición en la televisión, dando forma a todo lo que acababa de escuchar.

El 28 de abril de 2010, sin embargo, había sido distinto. El Barça, en el segundo año de Guardiola en el banquillo, era el mejor equipo del mundo, no había perdido ni un solo título, pero una semana antes, en el partido de ida de las semifinales de la Champions League, había perdido por 3-1 ante el Inter de Milán. En el partido de vuelta en el Camp Nou, el equipo necesitaba dos goles para pasar a la final y no había habido ni un momento de silencio. Con el sonido de los tambores y de los cánticos, Edu había estado mordiéndose las uñas durante todo el partido. Incluso cuando el balón estaba todavía en los pies del portero, de Víctor Valdés.

En los minutos finales, el Barça atacaba desesperado por cada resquicio del campo, siendo extremadamente superior al rival, y la pierna de Edu se movía inquieta, arriba y abajo, abajo y arriba, rebotando una y otra vez contra el suelo. La cámara había enfocado un poco antes a Eto'o, delantero rival, defendiendo uno de los laterales del campo, y Edu le había visto rarísimo vestido de azul y negro, encerrado en la defensa, castigado a defender. Era la versión villana de un personaje que un día había sido héroe.

Cuando quedaba menos de un cuarto de hora, Edu pidió bajar el volumen de la televisión a su padre porque el murmullo en el estadio iba *in crescendo*. Al tronar con el gol de Piqué en el 84', Edu ya había dejado de mirar la pantalla, observándola tan sólo a lo lejos, con los ojos fijos en un píxel sin acabar de ver realmente nada. Tenía la cabeza a medio kilómetro de distancia, obsesionada con cada vibración de la grada.

De hecho, Edu todavía no había visto el control de Bojan ni su posterior disparo, cuando el temblor se hizo súbito y feroz cinco minutos después. Los gritos se multiplicaron rápidamente y corrió a abrazar a su padre, pero se sintió extraño cuando, a mitad del abrazo, los gritos se habían apagado en el estadio hasta convertirse en miles de silbidos sonando al unísono. El murmullo, de repente, se había vuelto histérico y desgraciado, y entonces sí, la televisión había puesto nombre a lo que intuía: fuera de juego. ¿O tal vez mano? No le había quedado muy claro, pero poco importaba porque la televisión no mentía y el resultado no había cambiado, ni cambiaría después en el tiempo de descuento: 1-0.

Nadie era invencible y la lógica se había impuesto. Había días que tocaba perder. Sólo el sonido lo había confundido momentáneamente, permitiéndole vivir en una realidad que nunca había existido. Ahora, mientras Mourinho celebraba el pase a la final bajo los aspersores del Camp Nou, Edu sopesaba la cruda verdad: “Jugar bien no te aseguraba nada. El Barça podía ser el mejor, porque era el mejor, pero nada te aseguraba ganar. A los malos, a los villanos, a veces, también les tocaba ganar... y dolía”. Dolía

porque había destinado la poca inocencia que le quedaba en el deporte, en el equipo. Había grabado su futuro al suyo.

La memoria es fragmentaria y equívoca, elimina verbos y añade adjetivos, recordando historias e imágenes que fabrica caprichosamente con los años. Las derrotas se difuminan o magnifican con el tiempo y, como las primeras veces, se confunden con puzles incompletos, repletos de vacíos en el centro. Destaca una figura, una imagen, un color.

Nueve años antes, el primer partido de Edu en el Camp Nou había sido también agónico y gris. El Barça era un equipo totalmente distinto al que había perdido ante el Inter de Milán. El club vivía abonado a la nostalgia, tal y como Javier Marías lo había definido en los ochenta, era un equipo “exquisito y melancólico, con jugadores delicados y dados a la depresión”.

En el último verano, el del año 2000, tanto Van Gaal, el encargado de aupar a los cielos de nuevo al club, como Núñez, el único presidente que había conocido la institución tras el franquismo, el primero en ganar la Copa de Europa, habían dejado el club. La afición añoraba todavía a Cruyff, rememorando una y otra vez las anécdotas del *Dream Team*, y se airaba al ver a Figo, su antiguo ídolo, ahora vestido de blanco en el Real Madrid.

El estado del club era catártico. Los jugadores estaban condenados a jugar en mitad de la histeria colectiva, llegando cuartos a la última jornada de liga, obligados a ganar ante el Valencia, el mismo equipo que les había eliminado de la anterior Champions League, para asegurarse su clasificación para la máxima competición continental al año siguiente.

El partido es recordado por la actuación de Rivaldo, que marcó un gol a los tres minutos de empezar, otro justo antes del descanso y, con el partido empatado a dos, levantó a todo el estadio con una chilena cerca del tiempo de descuento. Para Edu, sin embargo, es recordado principalmente por ser su primer partido en el Camp Nou, pese a que de él tan sólo conserve los nervios, contagiados por la imagen de su tío junto a él y sus dos primos en la grada. Su recuerdo, por tanto, es también agónico y gris, borroso salvo por una fotografía en uno de los álbumes familiares: un pequeño Edu sonriente, sentado en un asiento azul, con la mitad de la camiseta del mismo color, la otra mitad grana, el escudo en medio, uno de los regalos de sus padres unos pocos meses antes para celebrar que había cumplido cinco años.

La escena que Edu sí recuerda con claridad es de tres temporadas después, ya con ocho años. *La primera vez que me sentí grande, enorme, que no cabía dentro de mí, allí en medio de aquel estadio todavía más inmenso.* Detalla con mimo la imagen, la melena al viento de Maxi López. Recuerda la cinta blanca que llevaba en la frente y el control que había hecho en la frontal con la pierna alejada. Todavía cree escuchar el disparo cruzado. Siente también la emoción previa al partido, con la lona repleta de estrellas en el centro del campo y aquel himno que parecía compuesto desde el cielo, las vallas publicitarias que anunciaban la nueva PlayStation 2 y los comecocos de MasterCard.

Así que aquello era la Liga de Campeones, la competición por la que tanto había sufrido antes su tío. El cosquilleo, es cierto, era distinto. Los nervios podían sentirse en la punta de los pies y en el estómago se colaba un escalofrío repentino. *Aquella noche había nervios y fascinación. De decir, hostia que esto es increíble. No tanto por lo que veía, sino por lo que sentía: allí estaban pasando cosas.* Recuerda la forma que tenía de chistar la gente con cada pase fallado y de suspirar cuando alguien enviaba el balón fuera. Podría recrear el primer gol, paso por paso como en un manual de instrucciones, y dibujar la celebración del segundo con detalle: los abrazos repartiéndose por la grada, los aficionados cantando al ritmo del bombo del Gol Sud, mientras Maxi López correteaba con su melena al viento en el césped.

Aquel partido certificaba el pase a las semifinales de la Liga de Campeones de 2004, que el equipo perdería ante el Milán, pero para Edu confirmaba algo más. *Las imágenes están ahí, guardadas como el primer gran recuerdo, más allá del partido, de la pelota y el fútbol.* Era la certeza que andaba buscando, la que se escondía tras el nerviosismo de abuelos, padres e hijos. El ligero escalofrío que les recorría la espalda a cada uno de ellos, algunos recordando la derrota en los sesenta ante el Benfica en la Copa de Europa, otros pensando en la felicidad de Wembley, los más pequeños, temblando tan sólo de ver aquel estadio inmenso moviéndose.

Para formar parte de un grupo, necesitamos sentirnos partícipes y conectar con los demás. Necesitamos percibir la emoción dentro nuestro y descifrar el código que nos une con el resto. Aquella noche, Edu entendió a su tío y comprendió todo lo que una jugada escondía. Cómo no iba a emanciparse la voz, cuando recitaba la chilena de Rivaldo de memoria si estaban tanto él como sus dos primos detrás, la continuación del relato familiar, la historia compartida. La importancia de haber compartido juntos el momento porque, como había escrito el autor norteamericano Scott McClanahan, siempre pertenecíamos a los demás, a partir de las historias y los recuerdos ajenos

La sensación de querer volver a la mañana siguiente y cantar, de nuevo, *o-le-le o-la-la ser / del Barça és / el mitor que hi ha*.

En el deporte, hay varias formas de conectar con un club. A través del enamoramiento con un jugador o por la determinada forma de jugar de un equipo. También es posible sentirse afin por unos colores o una moral compartida. Pero en el caso de Edu, había sido por su familia. *Soy del Barça por una tradición oral, familiar. Aunque nunca nadie me obligó, ni me lo inculcó. Tal vez mi tío. Porque en casa, eran del Barça de una forma bastante desenfada. Pero, al final, es el relato en el que crecí, el relato familiar: somos los Boada y somos del Barça.*

Tal conexión necesita de un espacio en el que expresarse. Una peña, un bar o el patio del colegio. Sea a través de las palabras, el interés o la simple emoción. Tener el estadio tan cerca de casa era una ventaja. *Además, vivíamos al lado del campo, era el paso natural. Aquello le había permitido sentir y tocar el club de forma cercana, ya desde niño. El ambiente que escuchaba desde casa proveniente de las gradas y los recuerdos que conservaba sentado en ella, con los años, tan sólo intensificaron su apego. Cuando entendí, con 10 o 12 años, que no podría jugar al fútbol, lo único que tenía claro es que quería vivir en relación con el Barça. Más que el sueño de ser futbolista era el sueño de tener una vida ligada al Barça. Lo vi rápido, sobre todo, por la proximidad.*

Años después, en mitad de la crisis existencial de todo adolescente sobre qué hacer con su vida, Edu aprovechaba para pasear alrededor del estadio. *Cuando estaba inquieto por mi futuro, me iba al Camp Nou y me sentaba en uno de los bancos que hay cerca de la tienda. Miraba el estadio y entonces lo tenía todo claro. Al final, es un espacio que me devuelve a la infancia, cuando se me caían los dientes de leche, la pasión, que me recuerda qué quiero hacer: estar cerca de este club y de este estadio.*

Ahora con casi 30 años, después estudiar la carrera de periodismo para cumplir su promesa, Edu recorre los fines de semana los distintos campos de fútbol de Cataluña para sentir y grabar los partidos desde la grada, haciendo piezas audiovisuales para las redes sociales. Y, entre semana, cuando no está en la redacción de Panenka -una revista dedicada al fútbol-, continúa paseando por las tardes alrededor del Camp Nou.

El paseo no dura más de media hora, aunque lo suele hacer con calma. Podría dibujar de memoria el perímetro, los árboles y los edificios de los alrededores. También los interiores del estadio desde que, con dieciocho años recién cumplidos, alquilara uno

de los carnets de abonado a un amigo de la familia, y dos años después, consiguiera el suyo propio, tras más de una década en la lista de espera.

En la actualidad, para aspirar a tener un abono en el Camp Nou, debes tener más de dos años de antigüedad como socio del club y esperar al fondo de una lista con más de 13.000 personas. La última temporada del estadio, antes del inicio de las obras del nuevo Camp Nou, que pasará de tener 96.000 asientos a 105.000, el número de abonados era cerca de 84.000. Ya sólo en sus redes sociales, el club tiene más de cien millones de seguidores. Tener un asiento en el estadio es un privilegio.

El paseo que hace ahora Edu, sin embargo, ha cambiado porque ve su casa a mitad del camino, cuando su perro se detiene en un árbol cerca de *La Maternitat*. Del estadio tan sólo queda su esqueleto y donde antes se escuchaba la tensión, ahora tan sólo se oyen grúas moviendo trozos de hormigón y operarios preguntándose los unos a los otros que a qué hora irán a comer hoy. Si antes Edu podía escribir crónicas de los partidos tan sólo con el sonido de la grada, ahora puede calcular el estado de las obras sólo con el de las máquinas, que se confunden a veces con la lavadora.

En uno de los portales por los que pasa, había antes un videoclub del que no recuerda el nombre, pero sí el de su encargado: Eric. Era joven y espigado, amigo de la familia por aquel entonces, a quien solían pedirle recomendaciones de películas y alquilarle también algún videojuego: el primer *Call of Duty*, el *Final Fantasy 2* o el *Pro Evolution Soccer*, seguramente el único videojuego con un árbitro en portada, Pierluigi Collina enseñando con rabia una tarjeta amarilla.

En la base de datos, Eric podía revisar todo acerca de la familia, el número de reservas, los retrasos, la dirección y el teléfono. Solía consultarla siempre cuando la clientela era escasa y había un chaval joven y tímido de pelo largo entre ella. El chico vivía cerca del videoclub y era un cliente habitual, pero el encargado disimulaba al verle, fingiendo hacer cosas importantes: apuntaba títulos de películas en una libreta y revisaba el ordenador con las reservas que tenían que devolverse a final de semana, miraba su base de datos y llamaba a alguno de sus clientes, entre ellos, el hermano mayor de Edu.

Messi, sí, Messi, está aquí.

El argentino acababa de debutar con el primer equipo con apenas 17 años. Era 2004, meses antes del gol de Maxi López, y Edu había empezado a saberse de memoria el nombre de cada uno de los jugadores, *Eto'o*, *Deco*, *Oleguer Presas*, incluso los del filial

que habían jugado ya algún partido con el primer equipo. *Javito, Rodri*. Conocía sus posiciones y hasta sus estadísticas. *Ruben, portero, 2 partidos, 0 goles encajados. Joan Verdú, centrocampista, 90 minutos jugados*. Era capaz, claro, de reconocerlos con ropa de calle, *y sí, Messi, sí, Messi estaba ahí*, justo delante de sus narices. Llevaba un par de películas en la mano, porque *sí, todos estos jóvenes pasaban por ahí, camino del Mini, como vecinos normales, sí, sí, Messi era también mi vecino*, y sí, iba a su mismo videoclub.

Cuando llamaba el encargado avisando de su presencia, Edu bajaba con alguno de sus compañeros de clase que también vivían cerca de su edificio. Al día siguiente, comentaban todavía impresionados, la escena en el patio, y se aseguraban de que los demás los creyesen, con firmas que habían conseguido como habían podido en papeles y servilletas. Porque cuando llamaba el encargado del videoclub, además de salir corriendo hacia el local, cogían todos papel y lápiz, servilleta y boli, lo que tenían a mano.

Muchos días aprovechábamos y también le dejábamos como postales al encargado, por si otra tarde no llegábamos a tiempo, y las guardaba allá para que nos las firmara Messi o Valdés o cualquier otro del filial. Muchos iban allí y era increíble imaginarse la Masía llena de todas aquellas carátulas. De los mismos videojuegos que él alquilaría después, de las películas que había tenido en casa, las huellas de Edu y las de Messi marcadas en el mismo plástico.

Cuando su hermano y él discutían sobre las películas que alquilarían en el videoclub, la conversación giraba inevitablemente en torno a Messi. ¿Cuál miraría él? En el colegio, al hablar sobre las portadas más raras del videoclub, imitando a Pierluigi Collina, el Barça también colapsaba la conversación. En aquellos años era fácil desviarse y terminar hablando de fútbol. La media hora que tenían en el patio servía justo para eso: discutir fichajes y criticar a árbitros, analizar jugadores y recrear jugadas con una pelota hecha con ilusión con papel de plata. A través de aquel relato inventado, se sentían partícipes y conectados, con la ilusión e inocencia de un niño, se sentían uno con el club.

Durante aquellos partidos improvisados, celebraban sacando la lengua y bailando, extendían el meñique y el pulgar a la vez, el símbolo de los surfers y de la gente feliz. Estaban todos bajo la tutela de Ronaldinho, un futbolista alegre, al que habían aplaudido incluso en el Santiago Bernabéu.

Para Edu entonces, la victoria tenía sabor a vainilla, como el de las natillas que compraba su madre porque las anunciaba el propio Ronaldinho en la televisión. Desde su

llegada en el 2003, el club se había sacudido la nostalgia de encima con su sonrisa, que enseñaba ampliamente los dientes, relucientes. El equipo había empezado a mirar a los ojos al presente y los niños que empezaban a sentirse parte del Barça tenían ganas de baile.

Ronaldinho había revolucionado el club, pero apenas le concedía tiempo a la reflexión al aficionado, ya que lo había devuelto a lo más alto: a la final de la Liga de Campeones.

La sensación era extraña porque más que una realidad, parecía un recuerdo que su tío contaba los domingos con su padre cuando recordaban Berna (2-0) y Wembley (1-0) ante la Sampdoria o se enfurecían al pensar en Sevilla (0-0, perdido 0-2 en penaltis) ante el Steuau de Bucarest. La televisión contribuía a incrementar la sensación de irrealidad cuando retransmitía a diario resúmenes de noches históricas, algunas bañadas en oro, otras hundidas en debacles estrepitosas. Edu todavía no conocía la magnitud de aquellas noches, pero las imágenes eran recurrentes: Guardiola sentado sobre el césped con la mirada perdida, Koeman deshaciéndose de sus compañeros mientras corría hacia la banda. El fútbol permitía que los nombres significaran fechas y lugares, momentos concretos que, pese los años, seguían pintándose con mimo.

Todo sentimiento de pertenencia necesita, como nombra el filósofo Simon Critchley, de cierto éxtasis sensorial. Necesitamos formular recuerdos con los que reafirmar nuestro orgullo y refugiarnos en nuestros días más tristes. Como los que recordaba su tío, bailando en *Canaletas* en 1992, festejando entre miles de personas reunidas alrededor de la fuente. Ahora él también iba a tener su parte en una noche condenada a ser recordada.

El pasado podía ser presente, 1992 podía ser 2006.

La víspera del partido, lo dedicó a recrear el partido con sus amigos en la hora del patio, intercambiándose papeles y posiciones, nombres de jugadores, dando con las jugadas que les harían ganar el partido. Aunque por dentro todos tuviesen miedo de perderlo, se imaginaban en la banda con la copa en la mano.

En la final, el nombre de Arsenal sonaba a invencible, tal y como la prensa lo apodaba, y en efecto también lo parecían. Con un jugador menos casi todo el partido, tras la expulsión del portero Lehmann al derribar a Eto'o fuera del área, el Arsenal se las había apañado para marcar un gol de cabeza antes del descanso y aguantar el resultado por más de una hora. Hasta podían haber marcado el segundo si no fuese por un Víctor Valdés que

parecía no temerle a nada, parado ahí enfrente, solo, con la misma cara de tipo duro que en el videoclub, echándole la bronca a cada compañero que lo felicitaba. Messi estaba lesionado y no jugó aquella final, el encargado del videoclub no podía haber hecho nada al respecto, pero, por suerte, el fútbol deparaba escenarios macabros y héroes insospechados. Y ocho minutos antes del final, Eto'o había recogido el balón de la red tan rápido como lo había disparado, empatando el partido y dejándole la gloria al delantero y lateral suplentes. Larson y Belletti. Como bien podía serlo Edu, porque aquel era en realidad su tope, defensa y suplente, y tal vez sea algo que incremente la intensidad del momento: él también podía acabar siendo el héroe y aparecer en portada a la mañana siguiente, su nombre ahí en grande, en mayúsculas, en formato poster.

Edu tiene la escena aún en su retina. Puede ver el balón entrando bajo las piernas del Lehmann en una suerte de caño, *una sotana*, Belletti tapándose la cara de inmediato, camuflándose las lágrimas con las manos, arrodillándose en el césped, Eto'o, Iniesta, Márquez, todos lanzándose sobre él, abrazándole; una ciudad entera con su tío y su padre al frente abalanzándose y sobre el brasileño. Recuerda también la mañana siguiente, esperando la rúa con los campeones por toda la ciudad, Edu ya maquillado para la ocasión -una barra con los colores azulgrana para pintarse la cara-, apostando con su padre a quién de los dos le saludarían más jugadores a la llegada al Camp Nou, comiéndose una natilla de vainilla, prometiéndose después que la próxima semana, el lunes, se harían socios. Su padre, su hermano y él.

La victoria sabía a vainilla, y sabía muy bien.

Los partidos importantes, Edu los olía horas antes en el balcón. A escasos metros, la llegada de los jugadores era acompañada por el humo y la pólvora de bengalas y petardos. Durante la época de Guardiola como entrenador, sin embargo, el olor se había intensificado porque eran cada vez más los partidos importantes que se jugaban de marzo a mayo. El ambiente en el club y el estadio había cambiado paulatinamente a lo largo de su infancia y adolescencia. De la chilena salvadora de Rivaldo para clasificarse a Europa, el club celebraba ahora el gol en el pecho de Messi para coronarse como campeones del mundo. Una cota que en 2006 no habían conseguido. La pólvora también podía olerse después de cada triunfo.

Un año después del volcán que erupcionó y colapsó los vuelos de media Europa en 2010, obligando al equipo a desplazarse en autocar hasta Italia, un año después también del gol que Edu escuchó y celebró, pero que nunca existió, el disparo cruzado del más

joven, del canterano Bojan Krkic, desde el balcón podía oler intensamente la pólvora de las bengalas. Por cuarto año consecutivo, el Barça había llegado a las semifinales de la Liga de Campeones y el partido de vuelta se jugaba en casa, en el Camp Nou. Pero esta vez el olor era distinto, tan hostil que se colaba hasta los pulmones. Enfrente estaba el Real Madrid.

El Real Madrid de un viejo conocido, de José Mourinho. En la rueda de prensa anterior al partido, Guardiola le había recordado su pasado juntos, él como jugador y el portugués como asistente de Van Gaal, tras sus constantes acusaciones de tener un arbitraje favorable por parte del Barça: “Mañana a las 20.45, nos enfrentaremos en el campo. La Champions de fuera del campo ya la ha ganado, se la regalo. En esta sala, él es el puto amo, el puto jefe. Es el tío más listo del mundo. No quiero competir ni un instante”, había empezado, “sólo quiero recordarle que estuvimos juntos cuatro años en el Barcelona. Él me conoce, y yo le conozco”.

Hacía pocas semanas, el Barça había perdido la final de copa a manos de aquel equipo blanco que Edu odiaba. Cristiano Ronaldo había definido la final con un cabezazo en la prórroga y Edu no podía entender como había gente capaz de haberlo celebrado. En su cabeza no cabía la posibilidad de animar a aquel equipo. Messi y Cristiano, Guardiola y Mourinho, Piqué y Ramos. Todo era un juego de antagonistas, héroes y villanos, el bien y el mal frente a frente, y Edu tenía claro en qué bando estaba cada uno.

Ya de niño, había sentido la rivalidad, celebrando cada una de las eliminaciones en octavos de final del equipo blanco, criticando su política de fichajes, enorgulleciéndose de Iniesta, Puyol y Xavi, de Messi y Valdés, de la cantera que hacía que el dinero no importara. En los últimos cuatro años habían gastado lo que el Real Madrid un verano antes: cerca de 300 millones. Sin embargo, con la irrupción de Mourinho y la ya incipiente adolescencia, aquella rivalidad había pasado a otro nivel. El terreno político incrementaba también esa sensación. El auge del independentismo en Cataluña y de la hostilidad en el resto de España hacía sentir que el cruce político también se fraguaba sobre el campo. Para Edu, el partido ya no era entre Barça y Real Madrid, sino entre dos ciudades, Barcelona y Madrid.

El sentimiento de pertenencia necesita también de un contrario, de lo opuesto: el juego de las dualidades, del positivo y el negativo, la tensión y el enfrentamiento. En el partido de ida, por suerte, habían ganado los buenos y Messi lo había demostrado con un gol que

lo sublimaba ante el mal. Desde el centro del campo, había regateado a cada oponente que le había lanzado, batiéndolos hasta arrodillar al portero. La vuelta empezaba con el olor a la pólvora, prendida primero por Mourinho días antes en rueda de prensa y sancionado ahora a ver encerrado el partido en su habitación de hotel. Tras que el árbitro expulsara a Pepe y su equipo perdiera 2-0 en la ida, el portugués había sentenciado: “Josep Guardiola es un fantástico entrenador de fútbol, pero ha ganado una Champions que a mí me daría vergüenza ganar”. El enfrentamiento era directo y tenía rostros, reproches y pólvora.

Durante el partido, igual que las horas antes cuando la ciudad olía a alcantarilla mojada, la lluvia fue intensa e intermitente, pero no privó que Edu saliera al balcón a escuchar los petardos tras acabar el partido. El resultado de la ida había valido, el 1-1 de la vuelta era suficiente. Si hace un año, sonaban silbidos, cánticos de gente decepcionada, ahora a casa llegaban gritos de alegría y se asomaba el cosquilleo en su interior: la tercera final en Europa para el Barça en menos de diez años, también para Edu que hablaba ya en plural cuando se refería al equipo.

El olor a pólvora reafirmaba su condición de aficionado.

La historia *culer*

La identidad es la voluntad de entendernos en la intimidad. Es la forma en la que nos deshacemos del miedo escénico y nos presentamos ante el público. Un concepto tan voluble y líquido que se solidifica en múltiples pulmones. La identidad es tanto relación como representación. Dependemos de los demás para reconocernos y sentirnos partícipes. Cuando nos relacionamos, escribimos nuestro relato propio. Como el niño que, contento, sale del colegio y explica que ahora es un tiburón porque su clase ahora se llama así. O como la adolescente que en su biografía en las redes sociales se define como *rockera* porque sólo ahí, en las canciones y el resto de las caras del público, se siente reconocida. Al final, el sentimiento más buscado es el de pertenecer.

Por ello, tejemos relatos colectivos que nos dan sentido: porque también nos sirven de refugio.

“Todos podríamos contar cualquier historia a partir de las tensiones de pertenencia, las comunidades a las que pertenecemos o quisimos pertenecer. Cómo nos relacionamos con la primera del plural y con la primera del singular. Siempre está esa tensión entre el yo y el nosotros. Del adentro y del afuera”, escribe el autor chileno Alejandro Zambra.

En el fútbol, no es distinto. “Es el teatro de la identidad. familia, tribu, ciudad, nación”, argumentaba el filósofo inglés Simon Critchley. Cada club ha construido con el tiempo su historia, una narración heredada y forjada por directivos, prensa y aficionados. Una memoria colectiva, rellena por momentos e ídolos, que articula su razón de ser: “El deporte, y el fútbol especialmente, es una actividad dotada de un tremendo potencial de creación de sentido por medio del cual proporciona a los individuos esquemas y herramientas con los que dominar las relaciones sociales y el tiempo”, escribía Llopis Goig, doctor en Sociología, en su ensayo *El futbol como ritual festivo. Un análisis referido a la sociedad española*.

El fútbol nos permite dominar el tiempo, volver a la infancia, revivir recuerdos; construir relaciones, acercarnos, tocarnos, y lo más importante, explicarnos: ante todo necesitamos mirarnos al espejo y saber quién está ahí enfrente.

En el caso del FC Barcelona, todo empieza con una nota de diario publicada el 22 de octubre de 1898 por Hans Gamper, un joven suizo, menor de edad, venido a la capital

catalana aquel mismo año por la insistencia de su tío, Emili Gaissert, un comerciante que vivía en la zona alta de la ciudad.

Desde que era un niño, el suizo es un atleta extraordinario, un enamorado del deporte dispuesto a participar en cualquiera de sus disciplinas. Se le considera un gran ciclista y un excelente corredor, también un buen jugador de rugby y tenis en su etapa en Francia, donde juega también al golf. Es en el fútbol, sin embargo, donde más destaca. Con los colores azulgranas del Excelsior, se convierte en uno de los mejores delanteros de Suiza y, decidido, cofunda también su propio club de fútbol, que lidera como capitán, el FC Zurich.

Una vez llega a Barcelona, se inscribe y juega algunos partidos en un equipo del barrio de Sarrià. Pocos meses después, sin embargo, se reúne con Manuel Solé, propietario del gimnasio “Don Gimnás”, para evaluar la posibilidad de fundar un nuevo club de fútbol para la ciudad y, después de contar con su beneplácito, publica un anuncio en la revista *Los Deportes* para encontrar a sus futuros compañeros de equipo con el error del redactor que escribe mal su nombre: “Nuestro amigo y compañero Mr. Kans Kamper, de la Sección de Foot-Vall de la «Sociedad Los Deportes» y antiguo campeón suizo, deseoso de poder organizar algunos partidos en Barcelona, ruega a cuantos sientan aficiones por el referido deporte se sirvan ponerse en relación con él, dignándose al efecto pasar por esta redacción los martes y viernes por la noche de 9 ó 11”.

Pese al horario nocturno de las reuniones, un mes más tarde, el 29 de noviembre, once hombres liderados por Gamper –los suizos Otto Kunzle y Walter Wild, los ingleses John y William Parsons, el alemán Otto Maier y los catalanes Lluís d'Ossó, Bartomeu Terrades, Enrique Ducay, Pere Cabot, Carles Pujol y Josep Llobet– forman en el gimnasio de Manuel Solé una asociación de fútbol con el nombre y el escudo de la ciudad: el FC Barcelona.

Aunque por su minoría de edad, Gamper tiene que conformarse con ser el capitán y uno de los mejores jugadores del equipos mientras Walter Wild era nombrado presidente, su carácter queda pronto reflejado en la identidad de club. El artículo 19 de los primeros estatutos (1902) recoge su ambición polideportiva: “Durante todo el año los socios numerarios, además del foot-ball, podrán practicar juegos como: corre, ras á pié, tennis y cricket”. Un carácter que todavía siguen presente con la inversión del club en sus diferentes secciones deportivas profesionales: baloncesto, balonmano, fútbol sala y hockey sobre patines. Una apuesta polideportiva que no es rentable: en los últimos catorce

años, el club ha tenido que asumir más de 500 millones de euros de pérdidas. Sólo el primer equipo femenino de fútbol, más allá del masculino, reporta beneficios en la actualidad.

No es hasta 1908 cuando tiene que asumir de urgencia por primera vez la presidencia del club. En el mismo “Don Gimnàs” en el que se fundó, el club está condenado a desaparecer. Después de tan sólo 22 días en el cargo, el anterior presidente acaba de dimitir tras una grave crisis interna y la cúpula del club tiene que reunirse de urgencia.

Es un 2 de diciembre y el futuro del club se tiñe del mismo color que el de las nubes que encapotan el cielo cuando el vicepresidente y jugador, el señor Wallace, pregunta si no hay nadie con la valentía suficiente de levantar al club y nadie responde. Sólo Gamper tiene el coraje de romper el silencio y levantar la mano: “El Barcelona no puede ni debe morir. Si no hay nadie que lo intente, yo solo asumiré la responsabilidad”.

En menos de diez años, como si todo fuera un presagio de su porvenir, el club nace y se convierte en un moribundo, finalmente renacido por su fundador. El Barça ya se vislumbra por entonces como la institución que ha sido después, condenada a tocar el cielo y caer siempre de nuevo a las catacumbas, de forma cíclica, esperando siempre la llegada de alguien capaz de salvarlo y elevarlo de nuevo a lo más alto.

Al año de aceptar, Hans Gamper tiene que abandonar la presidencia por motivos laborales. Regresa, sin embargo, un año después. El suizo, con interrupciones, es presidente de 1908 a 1909, 1910 a 1913, 1917 a 1919, 1921 a 1923 y 1924 a 1925. En total, más de veinte años ligados al club, incapaz de despegarse de él, como quien nunca quiere perder aquello que lo hizo feliz.

La institución, durante todo este tiempo, se convierte en un pilar fundamental para buena parte de la sociedad del momento. En un contexto en el que reina el caos, con las calles custodiadas por los obreros que organizan huelgas y protestan mientras eran perseguidos por las autoridades, en el que los diarios y los micrófonos piden recuperar parte de la autonomía perdida por Catalunya, el Barça deja de ser sólo una asociación deportiva para convertirse en un relato.

El club nace como un símbolo de modernidad. Como recoge el historiador Carles Santacana, “para los promotores del deporte [en Catalunya], esta actividad era una pieza más del proceso de modernización que deseaban para la sociedad catalana”. En la carta fundacional del club, en 1902, pueden reconocerse tal objetivo al establecerse una

estructura incipientemente democrática: “La Sociedad será gobernada por una Junta Directiva de siete miembros”, dictaba el artículo tres, siendo esta junta renovada anualmente a través de una Junta General. Los primeros estatutos contemplaban cinco tipos de socios distintos (honorarios, de mérito, protectores, numerarios y corresponsales) y se les otorga una gran cuota de decisión. En el artículo dos, por ejemplo, se da la potestad a los socios numerarios (“por acuerdo de la Junta Directiva, las corporaciones o particulares que le hagan acreedores a esta distinción por haber contribuido al aumento de la sociedad”) de disolver el club: “La duración de esta sociedad es por tiempo indeterminado pudiéndola disolver los socios numerarios por mayoría de votos, destituyendo los establecimientos a los beneficios y los fondos restantes”. Y en el diez, se les concedía la potestad de reclamar una Junta General: “Siempre que una décima parte de socios que tengan voz y voto pidiendo por escrito a la Junta Directiva se celebrará una Junta General convocada por el presidente diez días después de haber concluido la comunicación”.

En los dos primeros estatutos, los de 1902 y 1911, se indica, sin embargo, una posición apolítica. Pero la conexión con la ciudad hace que, a partir de 1920, la institución reflejase en sus Estatutos su catalanismo, definiéndose como: “*Denominació de Fútbol Club Barcelona i siguent el seu idioma el català, existeix en aquesta ciutat de Barcelona una societat d’aficionats i amants al deport dit Fútbol*”. Se reconoce, por tanto, el origen y la importancia de Catalunya dentro de la institución, un orgullo que ha vertebrado la identidad del club: el capitán del equipo lleva la *senyera* atada al brazo, en distintas ocasiones se visten equipaciones con los mismos colores y en muchos de los triunfos, se celebra bailando una gran *sardana* en el centro del campo.

Ya un año antes del estatuto de 1920, el club se adhiere también a la petición de la Mancomunitat Catalana, el órgano de gobierno en Catalunya del momento, para secundar un proyecto de estatuto de autonomía. Por aquel entonces gran parte de la sociedad catalana reclama un mayor autogobierno, surgen las primeras proclamas independentistas a través de Francesc Macià y se llega, finalmente, al consenso de elaborar un proyecto de estatuto de autonomía para obtener mayores competencias para la Mancomunitat Catalana. La presión tanto a favor, especialmente en Catalunya, como en contra, en el resto del estado español, crispa enormemente el ambiente. El rechazo final por parte del congreso y de la monarquía española al estatuto tan sólo recrudece aún más las dos posturas y Francesc Cambo, líder de la Lliga Regionalista, termina por decir: “Monarquia? República? Catalunya!”.

La posición adoptada por el club hace que rápidamente el Barça sea asociado como el equipo de Catalunya. Hoy día todavía se le considera así. Es una característica del fútbol español, los clubes toman parte de su identidad de la zona en la que nacieron, como explica Llopis Goig (2016): “En el caso de España, uno de los ejes que con más frecuencia se sitúan a servicio de esta dimensión simbólica es la identificación etnoterritorial: los clubes de fútbol representan ciudades, regiones o naciones”.

En tan sólo veinte años, el Barça ya representa una dimensión simbólica dentro de la sociedad, no solo catalana, sino también española. La parte más vinculada al *catalanisme* es afín al club y el orgullo identitario catalán, con sus filias y sus fobias, se refleja en las gradas de su estadio: durante la dictadura de Primo de Rivera -de marcada posición anticatalanista-, se escuchan pitos al himno español en el estadio de Les Corts. Dicha escena lleva a la clausura del club en 1925 durante seis meses, que serían finalmente tres, por “desafecto al patriotismo”. “El incidente no puede sorprender a nadie que conozca el carácter de este Club, tan político, por lo menos, como deportivo. Como jamás, pongamos por caso, se ha visto ondear en el Club la bandera española, ni se ha escrito un letrero en castellano, no tiene nada de extraño que a sus socios les parezca que sobra allí todo lo español”, explica el diario ABC días después.

Aquel mismo año, a Gamper se le prohíbe vivir en Cataluña y, cuando las autoridades permiten su regreso, le ponen una condición: no estar cerca del FC Barcelona. Aquel es su quinto y último mandato. Le arrebatan el Barça por la fuerza. El relato que narra el club se lleva por delante a su fundador. En su regreso a la ciudad, Gamper cae en una terrible depresión y apenas cinco años después, en una mala situación económica por la Crisis del 29, se suicida de un disparo el 30 de julio de 1930 en su domicilio, en el número 4 de la calle Girona.

La unión con el movimiento catalanista no desaparece, sin embargo, igual que su persecución. En 1935, dentro de la Segunda República, Josep Sunyol, diputado desde 1931 por Esquerra República en las Cortes Españolas, es elegido por los socios como presidente del club. Después de la dictadura de Primo de Rivera había fundado el seminario deportivo *La Rambla* con el objetivo de unir el mundo del deporte con las reivindicaciones catalanistas. La sede del seminario está en el primer piso del número 13 de Rambla de Catalunya, justo enfrente de la fuente de Canaletes, donde la afición azulgrana ha celebrado siempre sus triunfos. Una liturgia que empieza, como explica Jordi Finestres en la Revista *Líbero*, “porque fue en este punto donde en los años 30, los

domingos al mediodía-tarde un redactor de ‘La Rambla’ colgaba una pizarra con los resultados de los encuentros, especialmente el minuto y resultado del partido del Barça cuando jugaba a domicilio”.

Un año después de ser nombrado presidente, estalla la Guerra Civil con Sunyol en Madrid, quien se desplaza hacia el frente para insuflar de ánimos a los soldados que luchan contra los sublevados. Con la guerra en una etapa inicial, el frente no está del todo delimitado, sin embargo, y el coche que lleva al presidente del Barça se detiene en el kilómetro 52 de la carretera de Madrid a La Coruña en plena sierra de Guadarrama, creyéndose en territorio republicano cuando, en realidad, está rodeado de tropas franquistas. Aquella misma tarde, al atardecer, Sunyol es fusilado por los sublevados.

El club lo considera como presidente “ausente” hasta el 17 de enero de 1939.

Una vez terminada la Guerra Civil, con la instauración de la dictadura de Francisco Franco, se castellaniza el nombre del club -de Futbol Club Barcelona, denominación de origen inglés, pasó a Club de Fútbol Barcelona- y se cambian los colores de la *senyera* del escudo, eliminando una de las *quatre barres*. Bajo el régimen franquista, el club es dirigido por personas cercanas de los militares, a fin de controlarlo también, llegando a presidirlo Josep Vendrell (1943-46), uno de los coroneles que se había sublevado junto a Franco, luchando a su lado en la Guerra Civil.

Al coronel, lo sucede Agustí Montal i Galobart (1946-52), un industrial de carácter liberal y democrático, después de que presentara una moción de censura por la inestabilidad del club. Durante su mandato, el incipiente éxito del equipo empuja al campo de Les Corts y provoca las primeras discusiones para la construcción de un nuevo estadio. Después de un plebiscito en 1950, el club compra los terrenos donde edificar su nuevo hogar y el martes 24 de setiembre de 1957, el día de la patrona de Barcelona, el día de la Mercè, se inaugura el Camp Nou. Por la mañana, en el primer acto en el estadio, se realiza una solemne misa, dado el catolicismo del régimen franquista, y durante el descanso del partido inaugural, ante el Varsovia, tal y como recoge el periodista Alfredo Relaño en el diario AS, se baila “una sardana gigante, con cuatro círculos concéntricos”.

La identificación del club con los valores de Catalunya, pese a la represión, no desaparece. De hecho, como en la dictadura de Primo de Rivera, el club es la única vía posible de enorgullecerse en público de dichos valores. “Es el Barça la única institución legal que une al hombre de la calle con la Cataluña que pudo haber sido y no fue”, escribe

el periodista Manuel Vázquez Montalbán (1969), que añade, refiriéndose a lo singular de su estadio: “En los ojales de muchas de estas personas que avanzan hacia el Nou Camp hay un escudo con cuatro barras rojas sobre fondo amarillo. ¿A que esto no lo han visto en otros campos de España? Incluso algunos niños agitan banderitas triangulares con idénticos colores. Las gentes hablan mayoritariamente el catalán, en una ciudad en que, según últimas y cultas estadísticas, hay un 40 por ciento de castellano-parlantes”.

Durante su discurso de investidura como presidente del club, el 17 de enero de 1968, Narcís de Carreras (1968-69) afirma ante los socios: "Vengo con todo aquel entusiasmo que vosotros podéis pedir porque el Barça es algo más que un club de futbol, el Barça es más que un lugar de esparcimiento donde los domingos vemos jugar a un equipo, más que todas las cosas es un espíritu que llevamos muy arraigado, son unos colores que estimamos por encima de todo". Una afirmación que queda adherida en tinta imborrable en la piel del club: el lema viste durante años las gradas del Camp Nou. Poco tiempo después, tras sucederle en el cargo en 1969, Agustí Montal i Costa (1969-77), hijo del expresidente Agustí Montal i Galobart, resignifica el sentido de aquel *Més que un club* cuando al terminar los actos con las peñas azulgranas, recita el verso de Salvador Espriu: “Nos mantendremos fieles para siempre al servicio de este pueblo”. Tal y como escribe Manuel Vázquez Montalbán, en la Revista El Triunfo, una vez terminada la dictadura de Franco, el Barça demuestra ser “el ejército simbólico y desarmado de Catalunya”, el cobijo en el que sus aficionados pueden expiarse de la represión.

Bajo la presidencia de Agustí Montal i Costa también aterriza Johan Cruyff, figura esencial para la construcción de la identidad *culer*. Cruyff llega de ganar tres Copas de Europa consecutivas con el Ajax, eliminando la anterior temporada al Real Madrid. Es el mejor jugador del momento y, además, es también el hombre que ha rechazado fichar por los blancos: cuando su traspaso estaba cerrado con el Real Madrid, una discusión con el presidente de entonces del Ajax hizo que el neerlandés detuviera la firma y decidiera negociar y fichar por el club azulgrana, movido también por el amor de su esposa, Danny, por la ciudad. A efectos legales, sin embargo, el Barça ficha un coche de lujo. Dado que la legislación prohíbe la exportación de divisas por la compra de un futbolista, el Barça paga el traspaso del neerlandés como si fuese un coche de lujo, símbolo en parte de lo que significa posteriormente su fichaje: la llegada de la modernidad.

El día que aterriza en la ciudad, su vuelo procedente de Ámsterdam paraliza Barcelona. Pese a doblarse el control policial en el aeropuerto, la gente invade la pista de

aterrizaje, y Danny Coster camina por los pasillos interiores luchando con la multitud para seguirle el paso a su marido. Johan Cruyff camina unos pasos por delante con dos botones de la camisa desabrochados, una cadena dorada en el cuello. A su alrededor, la gente clama a la vez: ¡Johan, Johan, Johan! ¡Johan Cruyff! Cientos de personas, agrupadas con banderas y bufandas azulgranas, le esperan también a la salida del aeropuerto. La policía apenas puede mantener el cordón policial para dejar circular el coche en el que va el futbolista neerlandés. La ciudad quiere verle, aplaudirle y tocarle. Nadie imaginaría que el equipo estaba penúltimo en liga ni que llevaba 14 años sin ganar el campeonato nacional. El aire tiembla por el entusiasmo de los aficionados.

Más que la llegada de un ídolo parece la llegada del Mesías. Algunos lo apodan simplemente como *El Salvador*.

Danny suele pasear por el centro de Barcelona con vestidos cortos estampados de flores, alegres. Viste con un ojo echado a las revistas, yendo a la última, acompañada a su lado por el posado chulesco de niño rebelde de Johan, con unas gafas Ray-Ban que le protegen del sol y aumentan su aura de estrella del rock. El matrimonio rompe con los códigos establecidos, sobresaliendo entre la sociedad de la época, cuando en el bachillerato todavía se imparten asignaturas como *Economía doméstica* con libros como el *La mujer ideal* (1958): “Durante los días más fríos deberías preparar y encender un fuego en la chimenea para que él se relaje frente a ella; después de todo, preocuparse por su comodidad te proporcionará una satisfacción personal inmensa. Minimiza cualquier ruido. En el momento de su llegada, elimina zumbidos de lavadora o aspirador. Salúdale con una cálida sonrisa y demuéstrole tu deseo por complacerle. Escúchale, déjale hablar primero; recuerda que sus temas de conversación son más importantes que los tuyos”.

Johan es ya desde el inicio la inspiración que necesita la ciudad en los últimos años del franquismo, cercana de la transición. La gente no tarda en convertirlo en una especie de dios pagano al que adorar, tal y como lo define la periodista Joana Bonet en *La Vanguardia*: “En mi casa, pocas veces nos mandaban callar, excepto cuando en televisión pronunciaban el nombre de Johan Cruyff, el dios pagano de mi infancia, la estrella que encendía la atmósfera del comedor”. Porque cuando el neerlandés habla, los mandos suben el volumen del televisor y se detiene la música, la vida queda en suspenso y todo cae en silencio.

También cuando juega. El campo s su cielo particular. Cuando corre, levita, y cuando salta, vuela. No por nada es conocido también como el holandés volador. Se mueve en el campo con un halo de luz sobre el rostro. El elegido. El salvador

En tan sólo su primer año, devuelve el título de liga a la ciudad, derrotando al Real Madrid por 5-0 en una victoria más metafísica que deportiva. *The New York Times* publica tras la victoria: “En esta capital de lo que fue una Cataluña autónoma, un holandés de 26 años con unas de las piernas más rápidas del fútbol europeo está haciendo más por el sentimiento local, de orgullo y regionalista de lo que cualquier líder político podría aspirar a conseguir”.

La victoria es un acto de liberación y una declaración de intenciones de una afición dispuesta a enterrar complejos y mirar de cara a la represión, tal y como hace el propio Johan Cruyff. Tras el nacimiento de su primer hijo en Países Bajos, al regresar con él a España, las autoridades le habían prohibido llamarle Jordi porque no era un nombre oficial: era un nombre catalán. Pero el neerlandés, enfurruscado, se presenta con la partida de nacimiento de los Países Bajos con el nombre Johan Jordi Cruyff en ella, y obliga a los agentes a aceptarlo. Como recuerda Danny, su esposa, en una entrevista al diario *La Vanguardia*: “Johan... ya sabes cómo era. Lo consiguió”. A los agentes no les queda más remedio.

“Los catalanes crearon un mito a su medida”, escribe posteriormente el periodista neerlandés, autor de una de las biografías de Johann Cruyff, Auke Kok, y en sus memorias, el neerlandés reconoce: “Yo simpatizo con la causa catalana”, pero también recuerda: “Pero por encima de todo soy holandés. No me callo la boca y hago lo que me apetece”.

Johan Cruyff es la rebeldía y la creatividad, la insolencia que desafía con sonrisa pícaro y juega con el pelo despeinado, el carisma magnético de quien cree en sí mismo, de quien confía de su olfato y no tiene miedo de expresarlo, fuerte y tosco en sus convicciones, rápido y ligero en el campo. No puede entenderse la Barcelona actual sin su mirada, su aura ni el aire de modernidad que trae consigo. Cruyff es “la belleza del carisma”, como lo define Bonet, con la “mezcla de seguridad, aplomo y viveza” que conforman su estilo, el estilo Cruyff.

El neerlandés le enseña al FC Barcelona, y también a la ciudad, una nueva forma de entender el mundo. Con una mirada siempre abocada al pesimismo y a la nostalgia, más aferrados a las derrotas ajenas que a las victorias propias, Johan le devuelve el orgullo

y las agallas, a la afición, la felicidad por el balón. “Devolvió la sonrisa al país”, escribe Manuel Vázquez Montalbán, quien se describe a sí mismo como “periodista, novelista, poeta, ensayista, antólogo, prologuista, humorista, crítico, gastrónomo, *culer* y prolífico en general”, una figura clave para entender qué se esconde detrás de los colores azulgranas.

Sin pretenderlo, su llegada supone una reformulación total del club, que se completa después con su trayectoria como técnico, el asentamiento de una nueva forma de entender el deporte y el club, de sentir y caminar.

En 1978, después de seis años en el club y ante la incertidumbre político y social del país tras la muerte de Franco, los Cruyff vuelven a los Países Bajos. En el mismo verano de su marcha, llega Josep Lluís Núñez a la presidencia del club. Un señor bajo, de rostro hinchado, que viste siempre de traje, impoluto, como buen señor burgués. Tiene la voz pegajosa y los periodistas suelen preguntarle: “*S’ha emocionat, president?*”, cuando llora ante las cámaras. En una entrevista en TV3 en 1992, se emociona al pensar en su familia y su decisión de no presentarse a la reelección, sacando su ya famoso pañuelo blanco de su americana. Para los negocios, sin embargo, es frío y calculador, tan hábil como un trilero en esconder la pelota bajo y el vaso, encontrando los resquicios legales en los contratos. Muchos lo conocen como *L’home dels xamfrans*, ya que acostumbra a comprar inmuebles por el barrio del l’Eixample, y lo definen como un hombre hecho a sí mismo. Se paga él mismo su carrera y con 20 años, vende aseguradoras puerta por puerta y, avalado por su suegro, el constructor Francisco Navarro, pide un crédito para fundar su propia compañía de construcción e inmobiliaria: *Núñez y Navarro*. Fruto de la especulación y la etapa de *desarrollismo* que vive el país, su empresa es un éxito y supone su eclosión como hombre de los negocios, sirviéndole como carta de presentación en las primeras elecciones del FC Barcelona tras la dictadura.

Con el lema *Per un Barça triomfant*, se impone ajustadamente al resto de los candidatos. Sólo por 825 votos más, gana a Ferran Ariño, antiguo diputado de CiU, y por poco menos de tres mil a Nicolau Cassaus, responsable del área social del club y activista catalanista, condenado a muerte en la dictadura por “rojo, separatista y auxilio a la rebelión” -finalmente fue encarcelado cinco años-, quien es a la postre vicepresidente durante todo el mandato de Núñez.

El primer cometido del *president* se enfoca en la economía del club y bajo sus primeros años de mandato, el patrimonio del club crece. Se remodela el Camp Nou y se construyen tanto la Masía, una residencia para los jugadores de la cantera, en 1979, el Miniestadi, un estadio a pequeña escala del Camp Nou para el equipo filial, en 1982, como el museo del club, que lleva su nombre, en 1984. Además, el club bate por primera vez en la historia la cifra de los 100.000 socios y consigue atraer futbolistas tan emblemáticos como *El Pelusa*, el mismísimo Diego Armando Maradona, el mejor jugador del mundo, “un astro que sólo aparece cada 50 años”, como define el Diario AS.

El segundo objetivo de Núñez, sin embargo, todavía no se cumple. Si él quería hacer del club la institución más grande del mundo, en lo deportivo todavía está lejos de lograrlo en mitad de unos años ochenta desastrosos. Tan sólo se gana una liga en toda la década y el club pierde en 1986 su primera final de la Copa de Europa en Sevilla. Ante el desplazamiento multitudinario de la afición, el equipo está confiado en ganar a un desconocido equipo rumano, el Steaua de Bucarest, que logra forzar la tanda de penaltis. “*Ara o mai*”, titula en portada *Mundo Deportivo* el día del partido. En las páginas interiores, puede leerse también un reportaje bajo el nombre: “Todos apuestan por el Barça”. La ilusión y expectación es máxima, pero cuando el equipo se enfrenta a los once metros, tanto la afición como los jugadores retornan a su característico carácter melancólico y pesimista. Alexanco, Pedraza, el ‘Pichi’ Alonso y Marcos Alonso fallan sus disparos. De cuatro tiros, el Barça no marca ninguno y pierde la final, desaprovechando su mejor ocasión de levantar la máxima competición continental. “Se repitió la historia”, titula al día siguiente el diario *Mundo Deportivo* (1986). El club sigue sin levantar el trofeo más preciado mientras, por contrapartida, su eterno rival, a aquel que la afición siempre mira con el rabillo del ojo, el Real Madrid, ya ha ganado seis.

Ese año, toda estabilidad estalla por los aires. La afición cae en depresión y se instala tanto en la histeria colectiva como a se encierra en sus complejos, alimentándose sólo de decepción y sueños frustrados. Los jugadores, por su parte, están hartos del presidente. Núñez es un hombre de ideas firmes, personalista en sus decisiones, y después de la derrota en Sevilla, baja del avión afirmando que “Schuster, no volverá a jugar más en el Barça”, la cabeza de turco de la derrota, apartándolo del primer equipo. El jugador alemán es una de las principales figuras del equipo y se le prohíbe acudir incluso a los entrenamientos, empezando aquel verano de 1986 una lucha legal entre el club y él. Sus compañeros, según publica el diario *El País*, se posicionan internamente con el futbolista, preparando “una nota a favor del jugador en la que iban a solicitar la inmediata

reincorporación de Schuster a los entrenamientos porque él no era el único culpable de la derrota de Sevilla”. El 8 de marzo de 1987, el Dundee United elimina al equipo azulgrana de la Copa de la UEFA -un nivel por debajo de la Copa de Europa- y el Camp Nou clama “Schuster, sí; Núñez, no”.

El caso Schuster es tan sólo la semilla que dinamita todas las esferas del club. Con el club en tribunales por la decisión de Núñez, se hacen públicos los contratos del jugador alemán. La Hacienda Pública analiza las cantidades filtradas y se detiene especialmente en las relacionadas con los derechos de imagen. Como recuerda el periodista Joan Doménech (2013) en el *El Periódico*: “Los contratos de los azulgranas estaban divididos en dos partes. Por un lado, estaba estipulada una cantidad en la ficha federativa, sujeta a una retención del 56%; otra cantidad se atribuía a 'derechos de imagen', que se pagaba a sociedades de los futbolistas y cuya tributación era menor. Club y jugadores salían beneficiados porque pagaban menos”. Pero el fisco inspecciona a los jugadores para identificar qué declara el club y qué el futbolista, llegando a imponer multas a los últimos por no aplicar las retenciones correctas

El equipo entiende que es culpa del *president* y exigen internamente que las multas las pague el club. En el diario *AS*, el futbolista Ramon Maria Calderé reconoce que la idea partió del club: “Llegó un día que el club me planteó: ahora pagaremos así porque nos beneficia a todos. Me aseguraron que era legal o que lo iba a ser ya. A mí me pareció bien. ¿Y si hay problemas, pregunté? No te preocupes, no habrá, y si hay, nos haremos cargo”. Pero después de discusiones internas, con la participación de abogados, asesores, directivos y jugadores, *el president* nunca se hace cargo.

Un año y medio después, Schuster vuelve a la dinámica del primer equipo, pero tras un inicio complicado y varias actuaciones cuestionables, se oyen gritos que lo llaman “Nazi”. Schuster responde con una peineta a la grada, sentenciando ante los medios: “Seré feliz cuando pueda irme de Barcelona”. La división entre la figura del equipo y la directiva y la afición forma parte también de la identidad del club, proclive a la lucha fratricida en sus filas, capaz de aniquilarse a sí mismo.

Al final de la temporada, el equipo gana la Copa del Rey, 1-0 ante la Real Sociedad, de forma insospechada. El *president* Núñez, impoluto en su traje, sin embargo, irreversiblemente alejado de los jugadores, no celebra el título en los vestuarios ni organiza ningún festejo en el Camp Nou.

Un mes después, el jueves 28 de abril de 1988, los propios futbolistas llaman a las redacciones deportivas de la ciudad para anunciar una sorprendente rueda de prensa en el Hotel Hesperia, propiedad casualmente del vicepresidente de entonces, Joan Gaspart. Todos los jugadores, excepto Lineker, López López y Schuster, se sientan delante de decenas de micrófonos liderados por el capitán Alexanco, quien lee un comunicado de siete puntos pidiendo, entre otras cosas, la dimisión del presidente. Acusan Núñez de no tener ningún respeto a la afición y de haberles “decepcionado como persona y humillado como profesionales” al incumplir “compromisos pactados”.

El motivo es principalmente económico, de la profunda ruptura surgida a raíz de las inspecciones de Hacienda, pero señalan también al *president* por traicionar al club: “Este histórico club con valores que siempre han representado la idiosincrasia del fútbol catalán se va deshumanizando de esta forma”. De hecho, el vínculo del club con el arraigo catalán se frena bajo su mandato, rivalizando con el entonces presidente de la Generalitat, Jordi Pujol, quien desea y maquina por encontrar un candidato opuesto para el cargo.

Tras esa rueda de prensa, la afición se posiciona de parte de Núñez y llama mercenarios a los jugadores al partido siguiente. El presidente, por su parte, quiere deshacerse de toda la plantilla. “Núñez me llamó a su despacho –afirma después el abogado del club Josep Maria Antràs–. Quería que rescindiera todos los contratos y me puso tres condiciones: que no costara nada, que no hubiera escándalos y que todo se resolviera en un plazo breve. Yo le dije: ‘Para lo que tú quieres, tendrías que ir a Lourdes o a Fátima’”.

Y, en mitad de la presión mediática, Núñez anuncia finalmente el regreso de Johan Cruyff a Barcelona, ahora como entrenador.

De nuevo, *El Salvador* llega al rescate del club caído a los infiernos. “El futuro en sus manos”, titula a su llegada el diario *Mundo Deportivo*. Es el noveno técnico que contrata Núñez en sus diez primeros años de mandato. Antes pasan por el banquillo azulgrana: Lucien Muller (0 títulos), Joaquim Rifé (1, la Recopa de Europa), Ladislao Kubala (0), Helenio Herrera (0), Udo Lattek (1, la Recopa de Europa), César Luis Menotti (2, una Copa y una Supercopa de España), Terry Venables (2, una Liga y una Copa de la Liga, sumada la fatídica final de la Copa de Europa perdida en Sevilla) y Luis Aragonés (1, Copa de España).

El cuatro de mayo de 1988, en su presentación, Cruyff deja claro su cometido: “No prometo títulos, sino espectáculo, mi reto es ver el Camp Nou lleno y no vacío, como

este año (...) Puede que haya sido contratado por mi carisma y para conseguir algo de eso. A mí lo que más me gustaría es marcar una época excepcional y que todos seamos felices”. Cruyff evidencia la revolución que está a punto de darse: “El presidente es el que paga y quien no esté de acuerdo con él ya se puede ir yendo”, y en verano hay un total de trece bajas en el primer equipo, nueve fichajes y varias promociones de jugadores del filial. El neerlandés, fiel a su carácter, no deja títere sin cabeza, tras advertir a los jugadores, también lo hace a los aficionados, cuando en las primeras semanas dirigiendo los entrenamientos recrimina las críticas y pitidos que recibe el capitán del equipo, Alexanco, tras el Motín de Hesperia, y a la cúpula del club, tras advertir ante la prensa: “No quiero ningún directivo en el vestuario”.

Bajo los mandos de Cruyff, empieza la etapa más esplendorosa del club, sólo superada por la de Pep Guardiola años después. El neerlandés, ahora como técnico, implementa un estilo de juego atractivo y divertido para el espectador, enfocado en el ataque y la posesión del balón, apostando por los jugadores que suben del filial y elaborando recetas que se instauran en el imaginario colectivo: formaciones estrictas -el 4-3-3 o el 3-4-3-, posiciones y roles innegociables -la figura del 4, el pivote defensivo, que hace de guía del equipo- y proclamas que perduran en el tiempo como el famoso discurso antes de la final de Wembley de la Copa de Europa: “No merece la pena haber sufrido tanto para llegar hasta aquí y ahora tener miedo a perder. Esbozad una sonrisa y salid a divertirnos en este precioso campo. Jugar un final en la cuna del fútbol no tiene precio”.

Si en su primera etapa como jugador, Cruyff revitaliza a una ciudad adormecida y antigua, en su trayectoria como entrenador, la aupa y lleva a las calles a celebrar sus triunfos. En su tercera temporada, en 1992, esta vez sí, el equipo gana la final de la Copa de Europa en la prórroga con un gol de falta de Koeman y, dos semanas después, tras un milagro en la última jornada, levanta también la liga después de más de diez años sin conseguirlo. Aquel verano, los JJOO también se celebran en Barcelona, aumentando la fama de la ciudad por el mundo, transformándola en un lugar moderno y puntero: el sitio de moda. A los Juegos, la selección de los Estados Unidos de baloncesto lleva además un equipo combinado por tres de los mejores jugadores de la historia, Michael Jordan, Larry Bird y Magic Johnson, apodado como el *Dream Team*. A partir de aquel verano, el equipo dirigido por Cruyff es nombrado de la misma forma, ganando hasta cuatro títulos de liga seguidos los años siguientes (1991-94).

El club, sin embargo, ha perfeccionado la autodestrucción durante un siglo y, en mitad del *champagne* de los títulos, las formas de ser de Cruyff y Núñez, las dos caras de la afición y de entender su identidad, empiezan a colisionar. Las gafas chulescas Ray-Ban, por un lado, y el pañuelo blanco de american por el otro. Cruyff es una persona díscola, visionaria y apegada a sus propias ideas, y quiere tener margen de maniobra para actuar libre e independientemente mientras, al frente, Núñez, pese al pañuelo, es un hombre gris, calculador, interesado principalmente en los resultados, y si son económicos, mejor, que acumula poder e influencia. Ambos son el dibujo exacto de su antagonista. El *establishment* frente a quien va contra él.

A Núñez, le gusta que le llamaran siempre *president*, pero Cruyff muchas veces entra a su despacho preguntando por “el señor Núñez, ¿el presidente? No, el señor Núñez... padre”.

La tensión interna salta tras la final de la Copa de Europa en 1994 en Atenas, cuando el equipo revive sus desgracias después de caer por 4-0 ante el Milán. Aquella final es conocida por ser la fecha de caducidad al *Dream Team* y la que destapa la caja de Pandora. Creyendo que tiene de afrontar una nueva revolución dentro del equipo, Cruyff pide públicamente y filtra a la prensa la necesidad de acometer nuevos fichajes, entre ellos, nombres tan ilustres como los de Rui Costa, Zidane, Bergkamp o Giggs. Núñez, obsesivo con el dinero, rechaza cualquiera de aquellos fichajes, alegando la ya famosa frase de “esos fichajes los puede hacer la portera de mi edificio”. El neerlandés responde con otra réplica histórica: “El dinero debe estar en el campo y no en el banco”.

Sin la inversión en nuevos fichajes, tras 1994, el club no levanta ni un solo título hasta que, en 1996, Núñez negocia a espaldas de Cruyff su futuro reemplazo: el entrenador Bobby Robson. Una vez la noticia salta a la prensa, el 18 de mayo, el club destituye al neerlandés. “No podía seguir con la jeta de ocultarle a Johan los contactos... Lo serio era no ser más hipócrita y, por amistad, Johan debía saberlo”, afirma Joan Gaspart, el encargado de comunicarle la decisión.

En un acto que Cruyff considera de cobardía, el presidente Núñez no asiste a la reunión. Un día después, el 19 de mayo, el diario *Sport* filtra el diálogo del encuentro:

— Cruyff: Hola, Joan.

— Gaspart: Buenos días, Johan.

— Cruyff: ¿Por qué me das la mano, Judas?

- Gaspart: Hombre, Johan, no me digas eso, es un momento complicado para mí.
- Cruyff: Ya sé que vienes a cumplir tu trabajo, pero ¿por qué no viene el enano de tu jefe?

La precipitación de los acontecimientos provoca que Johan Cruyff no pueda despedirse en el siguiente partido ante el Celta. “Lo que más daño me ha hecho es no poder decir adiós a mi público”, reconoce. Sin embargo, el estadio reacciona al dar una sonora ovación a su hijo, Jordi, al ser sustituido en el partido.

Con Bobby Robson en el banquillo, el equipo no mejora sus prestaciones y empieza un periplo negro que lo obliga a vivir en la más insípida melancolía. La afición se resquebraja entonces entre quienes añoran a Cruyff y los que defienden al presidente Núñez de no sacrificar al club ni su economía. Un año después de la destitución del neerlandés, sin embargo, con el apoyo del socio, el longevo presidente revalida su cargo al obtener el 76% de los votos. No obstante, en la afición continua el descontento ante el trato que se había dado a Johan Cruyff y unos meses después, en marzo de 1998, la plataforma Elefant Blau, capitaneada por Joan Laporta, a la postre presidente azulgrana en 2003, presenta una moción de censura contra Núñez. *L'home dels xamfrans*, sin embargo, la supera, terminando su periplo de presidente tras más de 22 años en el cargo por decisión propia, adelantando las elecciones y convenciendo, por sorpresa, a los socios de votar por la candidatura de Joan Gaspart, su heredero, en el año 2000.

Desde 1996, el club queda dividido entre el cruyffismo y el nuñismo, quien simboliza el optimismo y el descaro, la diversión por el juego, frente el *establishment* de Núñez, dos formas antagónicas de escribir el presente y el futuro del Barça. Cada nueva directiva es ahora analizada con detalle y categorizada en uno de los dos frentes. Cada nuevo técnico que llega al club debe amoldarse a los dogmas de juego que instauró el neerlandés. Ambas figuras son parte elemental del código genético del club. Los aficionados conviven entre dos aguas: el pesimismo y la melancolía, el complejo de la mirada echada al de al lado, o la rebeldía y el orgullo de la fidelidad a un modelo de juego ofensivo protagonizado por los jugadores de casa, del filial. Entre el llanto emocional ante las cámaras y la sonrisa pícaro, la firma calculadora y fría y la insolente e irreverente

El 25 de marzo de 2017, tras cumplirse un año de la muerte de Johan Cruyff, el Barça anuncia finalmente que el futuro estadio aledaño a las instalaciones deportivas del club, destinado a ser el campo del primer equipo femenino y del filial, llevaría el nombre

de Johann Cruyff, un gesto con su figura para simbolizar la importancia del neerlandés en el fútbol formativo del club. Quedaba así su nombre marcado en la historia física del club, como una de las tres figuras esenciales para entender quién es el Barça, justo al lado de la Ciutat Esportiva Joan Gamper y del Museu Josep Lluís Núñez.

La grada

Hay silencios que ensordecen y aturden al más valiente, llenándose sólo de murmullos. Bocas que chistan. Piernas que se mueven inquietas. Ruidos casi inaudibles que se multiplican y pesan sobre el césped. Se convierten en hormigón armado sobre el pecho del futbolista, una mochila cargada de piedras sobre los hombros del entrenador. El Camp Nou colecciona frases dichas en voz baja. Como un reflejo de su historia, de los labios de un aficionado, se sentencia antes de empezar: “Avui patirem!”.

Al aficionado del Barça algo lo muerde por dentro. La expectativa. El recuerdo, tal vez. Temeroso de revivir portadas como la de Mundo Deportivo, en 1986, tras la derrota en Sevilla: “Se repitió la historia”. Deseoso también de disfrutar de nuevo y leer a diarios internacionales preguntándose: “*Barça, the best football team ever?*”.

El cielo y el infierno se tocan de cerca.

En la actualidad, es sencillo saber cuándo se trata de un partido importante o uno intrascendente. Tan sólo se requiere de oído y atención para identificar el bisbiseo entre los gritos.

Los días grandes son cuando escuchas las voces de Joan, Pep, Enric, Quim. Nos reconocemos. Nos decimos. Hoy es un día importante. Hoy habéis venido porque hoy es cuando se tiene que estar. Edu, tan pronto llega a su asiento, sabe de la importancia del encuentro según ve a sus *vecinos* de la gradería o a los turistas que antes por la mañana visitaban la Sagrada Familia. Una vez empieza el partido, sus comportamientos son distintos. Mientras sus *vecinos* interactúan con él, algunos con la suerte de ser amigos de la infancia de su hermano mayor, los turistas ordeñan cuanto pueden la escena del campo con sus teléfonos móviles, intentan abrir la boca con los cánticos y nunca paran de aplaudir. Sus *vecinos*, al contrario, chistan más que aplauden, suspiran y dejan ir el nerviosismo en cada jugada mal trenzada, creando el famoso runrún que devora futbolistas, el mismo por el que Edu se guiaba de niño.

En el Camp Nou, el silencio suena en medio de la lucha entre la expectativa y la realidad, el recuerdo de tocar el cielo y el miedo de bajar de nuevo a los infiernos. Víctima de una historia cíclica. Sólo con Cruyff y con Guardiola, como maestro y aprendiz, la grada se olvidó de sus complejos.

Muestra del eterno retorno en el que vive el Barça, el 16 de diciembre de 1990 frente al Cádiz, se produjo el relevo, el nuevo inicio de la historia: Cruyff incluía en el once titular a un futbolista del filial, de tan sólo 19 años, llamado Pep Guardiola. Jugaba de mediocentro y no destacaba por su físico, no era corpulento ni rápido, tampoco por sus actuaciones defensivas, sino por su inteligencia y su posicionamiento en el campo. Tanto dentro como fuera de él parecía alguien que tuviera diez años más. Sus declaraciones ante la prensa eran medidas y sus pases sobre el césped también. Aunque tras aquel partido ante el Cádiz, Guardiola sólo jugara cuatro partidos más durante la temporada, rápido se convirtió en los años siguientes en un referente dentro del ecosistema de juego que planteaba Cruyff. El neerlandés confió en hacer de Guardiola el cerebro del equipo, quien desde la posición de cuatro (el mediocentro) ordenara el equipo y canalizara su forma de entender el juego: un modelo de juego que priorizaba la posesión del balón, la presión alta y la creatividad.

En su segunda temporada en el primer equipo, en 1992, el Barça levantó su primera Copa de Europa. Era el resultado de la revolución que había traído consigo Cruyff. Los frutos de los cambios que había hecho en la estructura del club desde su llegada: “Hizo que si el primer equipo jugaba así, toda la base tenía que jugar así”, explicaba el propio Guardiola en La Vanguardia, cinco años después de su muerte. Acompañado siempre de su carisma, Cruyff lograba convencer a los futbolistas de sus ideas, les enseñaba la importancia de la paciencia en el juego, la voluntad de dejar correr el balón antes que sus piernas, los encomendaba la misión de preguntarse por qué sucedía cada acción. “Antes de él jugaba, que las cosas pasaban porque pasaban y, después de él, hay una razón por la cual las cosas pasan”, añadía Guardiola.

A Cruyff le divertía el juego y lo disfrutaba. Su convencimiento no sólo cambió a los jugadores en el campo, sino también a la grada que los veía, al propio *culer* que llevaban dentro los aficionados como el propio Pep: “Yo soy *culer* y también soy del ‘*avui patirem*’. Pero, como todo, la mentalidad también se educa. Y eso es lo que nos hizo cambiar mucho Johan. Hasta el sábado que viene puedo estar pensando que ganaremos. Estos seis días los vives mejor. (...) Esta mentalidad mueve mundos. Ahora voy a los partidos pensando que ganaré. Esta temporada pensaba “gano la Champions”. “¿Y si pierdo?”. De acuerdo, sin embargo, ¿y si gano!? Esta primera parte es vital, porque te hace ser un equipo grande”.

Los años con Cruyff brillan cada vez más a medida que pasan los años, las temporadas tras su marcha como técnico dan el contraste de lo que consiguió con su

carismático carácter. El final del siglo para el Camp Nou fue un suplicio, peleando hasta las últimas jornadas para asegurarse su participación en una competición europea. No fue con la llegada de Ronaldinho en 2003 cuando la grada recobró tímidamente la sonrisa, enseñándosela al mundo tres años después con la victoria en París en la final de la Champions League con Frank Rijkaard, otro entrenador neerlandés, en el banquillo. Como la historia del club, la alegría apenas duró dos años, cuando el técnico tuvo que dimitir tras una temporada desastrosa en 2008 con el club en medio del ojo del huracán entre rumores de jugadores que salían y no dormían lo suficiente y una moción de censura finalmente infructífera (faltaron 2.500 votos) sobre los hombros del presidente, Joan Laporta. "La mayoría no le quiere, pero no dimite", tituló el diario Sport días después de la moción, enseñando una encuesta online en la que más de un 60% de los votantes pedía su dimisión.

Aquel mismo año, Guardiola, que se había ido en 2001 como el futbolista más laureado de la historia del club con 16 títulos, entrenaba al filial azulgrana. Cruyff acostumbraba a ver sus partidos los fines de semana en el Mini Estadi y se detenía especialmente en mirar cómo actuaba su antiguo pupilo. Analizaba sus reacciones y sus indicaciones, evaluaba su lectura del partido. Cruyff era una persona especialmente cercana a la directiva de entonces de Joan Laporta, que confiaba a ojos ciegos en su palabra, y fue clave para que, en mitad del huracán, Joan Laporta confiara en Guardiola como próximo entrenador del club, el encargado de llevar a cabo la revolución en el equipo que dos años antes había conquistado la segunda Champions League, sin apenas experiencia previa, más allá del filial azulgrana. "Sé que él fue vital para que Jan [Laporta] y Txiki [Begiristain] confiaran en mí para el primer equipo", reconoció años después en La Vanguardia (2023) el propio Guardiola, "me lo han dicho, (Johan) fue a Jan y le dijo: "Pep está preparado para entrenar al primer equipo".

Con Guardiola en el banquillo, el Camp Nou recuperó el orgullo y la grada dejó los murmullos por los *olés* que incitaba el juego del equipo en el campo. Los futbolistas salían ovacionados del césped y en el estadio se repetía en bucle la misma canción: *o-le-le / o-la-la / ser del Barça es / el millor que hi ha*. El equipo ganaba y bailaba *sardanes* en mitad del campo al cerrar las temporadas alrededor de títulos que nublaban el pasado del club. Bajo las órdenes de Guardiola, se ganó el primer triplete del club y el primer sextete, todos los títulos posibles, de la historia. En total se levantaron 14 títulos, superando los

11 de la etapa de Cruyff, su mentor: 3 Ligas de España, 2 Copa del Rey, 3 Supercopa de España, 2 Champions League, 2 Supercopa de Europa y 2 Mundial de Clubes.

El equipo dominaba, además, con un once protagonizado por canteranos (Valdés, Piqué, Puyol, Xavi -que encarnaba la figura que había sido Guardiola con Cruyff-, Iniesta, Busquets, Pedro, Messi...) y un juego que bebía del propuesto por Cruyff. No había rival que les compitiese la posesión del balón. La superioridad del equipo se transmitía también a la grada, que acudía a los partidos confiando en la victoria. *Avui no patirem*. El Camp Nou se sentía mejor que el rival, tanto en fondo, ganaban, como en forma, lo hacían a su manera, mimando y siendo ofensivos con el balón, una propuesta que habían visto antes con Cruyff y que era ahora suya, nada más que suya. El *ADN Barça*, decían.

Su propio ADN, sin embargo, no podía permitir que los cánticos duraran eternamente, devolviendo al estadio en la última década al runrún constante con los pases fallados y los malos controles, a los balbuceos con el mal juego del equipo, al silencio que impera cuando las cosas no se dan como deberían ni se parecen a los triunfos de antaño cuando el equipo dominaba el balón. Una sensación de nostalgia perenne, de comparaciones absurdas y confusiones de nombres, el sentimiento de querer revivir de nuevo los triunfos, de ver herederos donde sólo hay números, de repetir la fórmula una y otra vez, como si el propio club no creara nuevos ídolos sino sólo los regenerara. La foto de Rinus Michels hablándole a Cruyff se repite con Cruyff dirigiendo a Guardiola, con Guardiola haciéndole indicaciones a Xavi: el ADN transmitido de generación en generación. Cruyff, Guardiola, Xavi, ídolos que incrementan la nostalgia de su afición, que los anhela por encima de todo por su significado: la permanencia de una idea repetida en el tiempo.

La afición del Camp Nou no ladra, gime al recordar sus victorias más inocentes durante la infancia. Cree revivirlas de nuevo sobre el campo. Es la magia y el castigo de su afición. Cuando alguien erra un pase, se recuerda lo perdido, pero cuando lo acierta, reviven ídolos de infancia y el silencio del campo se esfuma en segundos. Vuelven a escucharse los *olele olala*, la gente se muerda las uñas, suspira, y se suma a cantar: *i si tots animem, i si tots animem, guanyarem*.

Los partidos más intrascendentes, sin embargo, camuflan los sentimientos irracionales con *flashes* de cámaras que quieren llevarse la experiencia en una tarjeta microSD. Lejos de una herencia de ídolos, de nerviosismo y pesimismo, la grada se completa de turistas

con la camiseta del equipo con la etiqueta aún puesta, preparados para vivir una experiencia *premium*, *vip*, como el club se encarga de recordar en su página web.

El estadio se convierte ahora en puro entretenimiento, en un paso más de la lista de cosas que hacer en Barcelona, contaminado de la vorágine en la que vive la ciudad en la actualidad: una atracción turística que cambia su fisonomía, sus barrios, los locales que los integra, según los aviones que aterrizan en El Prat.

Uno de los pilares del futuro estadio, que nacerá del esqueleto del ahora antiguo Camp Nou, residirá en su oferta de experiencias VIP. En total, en el futuro campo habrá 115 palcos exclusivos, divididos en 20 Very Vip Suites y 95 boxes, 62 de los cuales lo disfrutarán empresas privadas. Una imagen del mundo actual: la metamorfosis de lo local a lo global, de lo compartido a lo exclusivo, comodidades para unos pocos que no tienen por qué haber acompañado nunca al club, tan sólo necesitan ostentar la etiqueta VIP que logra el dinero.

En la actualidad, quien asiste al estadio y no es abonado paga de media 100 euros por entrada. Los precios son hostiles al aficionado, lo expulsan del estadio. El negocio se enfoca al negocio y los clubes se olvidan de sus raíces. La temporada 2021-22 fue la primera en el que los aficionados residentes en Catalunya tenían descuento para acudir al estadio. Una tirita de una herida que supura mientras los estadios pierden su personalidad. “Un buen día, la televisión se percatará de nuestra ausencia”, escribe Nick Hornby en *Fiebre en las gradas*, “al final, por muchos micrófonos de ambiente que pongan entre el público, serán incapaces de reproducir el ambiente de verdad, porque allí no habrá nadie: todos nos habremos quedado en casa a ver el partido.

Sin su afición, los estadios no son reconocibles. Necesitan de la fe ciega de quien los sigue desde la infancia, de quien prueba de vestir siempre los mismos calcetines para hacer ganar al equipo, de quien sueña con marcar algún día un gol y entra siempre a la grada con su pie derecho. El aficionado tiene sus rituales. Cree poder participar del partido. Lo necesita. Pertener implica también participar. “Dedicamos horas cada día, meses cada año, años cada vida, a algo sobre lo que no tenemos el menor dominio”, reflexiona Hornby, “¿Es de extrañar, me pregunto, que nos veamos obligados a celebrar ingeniosas, raras liturgias destinadas a crear la ilusión de que al fin y al cabo sí tenemos el poder en la mano, tal como ha hecho cualquier comunidad primitiva al verse frente a un profundo misterio, en apariencia insondable?”.

El aficionado quiere intervenir, controlar, el resultado y cuando abucea y silba, cuando canta y corea, busca robarle el balón al rival, marcar un gol. Con su ilusión, reafirma su condición de creyente, de adepto y seguidor del club.

Edu Tiene la manía de vestir siempre la camiseta de la temporada que se esté jugando, privándose de poder llevar equipaciones de años anteriores que quedan enterradas en el armario. Desde que se convirtió en abonado, tiene una camiseta de cada temporada. El único día que falló a su ritual, el equipo perdió, por lo que nunca más ha llevado una camiseta que no llevaran también los jugadores sobre el césped. Es una forma de sentirse partícipe del juego y de contribuir al resultado final. De aportar a la victoria o de, al menos, no sentirse culpable directo de la derrota. No es el aficionado que más anima, tampoco el que más chista, pero suele quedarse siempre hasta el último pitido del árbitro a aplaudir a los jugadores, termine como haya terminado el partido. De cierta forma, Edu también siente que ha jugado el partido.

Uno de los ejemplos más claros es el partido de vuelta ante el PSG en 2013. El empate valía al Barça tras quedar 2-2 en París, pero al poco de empezar la segunda parte, Pastore había marcado el 0-1 para los visitantes, quienes habían dominado buena parte del partido. Con Leo Messi lesionado, en el banquillo, el Camp Nou vivía en un silencio espeso, algo desgraciado. La grada estaba a la espera del batacazo: la historia había sido demasiado feliz para ser cierta. A pesar de estar a un gol de distancia, la esperanza era una quimera. Sin embargo, poco después del tanto, salió el argentino a calentar a la banda en un claro intento de distracción, y de repente el estadio rugió. La afición despertó del letargo, como quien se cree sus propias mentiras, y creyó que ya había ganado el partido. Quedaba media hora cuando salió Messi a calentar y la grada imponía los nervios al rival, el miedo que transmitía el argentino, y la seguridad de quien sabe que ganará a su equipo. Diez minutos después, Pedro empataba el partido y decantaba la eliminatoria.

Sin apenas intervenir en el juego, el argentino había transformado el ambiente. Es la habilidad que tienen algunos jugadores de conectar con la grada. A veces con su mera presencia basta para despertar en ellos una emoción que parecía perdida, lejana.

Si Ronaldinho le había salvado la sonrisa al estadio con su juego alegre y divertido, Messi lo hizo con la sobriedad y la sencillez de quien es simplemente superior y la suerte de que alguien así juegue en tu equipo. En cierta manera, el brasileño había recordado al genio de otros brasileños, Romário, Rivaldo, Ronaldo, Messi lo hacía a la superioridad técnica y estilística de Cruyff, sin adornos innecesarios.

Y el Camp Nou, de nuevo, reviviendo viejos ídolos había despertado.

El estadio, a veces, no espera a que empiece el partido para intervenir. En los partidos de mayor relevancia en el Camp Nou, por ejemplo, suelen realizarse tifos para animar a sus jugadores y anticipar al rival la hostilidad y dificultad de sacar el partido adelante los siguientes noventa minutos. Son coreografías con cartulinas de colores que requieren la colaboración de toda la grada para no dejar al club en ridículo, de su implicación depende su imagen; una manera de conectar a los aficionados con el estadio y al estadio con los jugadores, de exhibir su orgullo.

Cuando el estadio pinta una camiseta azulgrana en uno de sus laterales con el dorsal número doce², no anima al jugador con el dorsal en cuestión, sino que reafirma su importancia y participación en el partido como si todos juntos fuesen un jugador más para los locales y anticipa la hostilidad y dificultad al rival de sacar el partido adelante.

En ocasiones el tifo no tiene porqué una implicación directa con el partido, sino que es utilizado para defender otras causas. Tras la sanción al club por fichajes de futbolistas menores de 16 años, la afición desplegó, por ejemplo, una gran pancarta con el título de *'La masía no es toca'*, poniendo en valor uno de los mayores valores del club: su cantera. Otras veces, la reivindicación no ha estado ni vinculada al fútbol. Por ejemplo, el día de Sant Jordi de 2023, el Camp Nou desplegó los colores de la *senyera* en uno de sus laterales con el lema *'Comparteix el català'*. Un caso que explica la historia del club y su carácter simbólico con Catalunya. No es extraño, por tanto, que su afición coloree un tifo de estas características, sino más bien al contrario porque si el aficionado participa del juego con sus cánticos y sus silbidos y quejas a árbitro y rivales, también lo hace con la historia del club con tales reivindicaciones.

De ahí la importancia de un estadio que no sea puro entretenimiento, una mera experiencia, sino la exhibición de una historia continuada, un legado de valores, que represente una idea común, guste o no, arraigada en el pasado.

En el estadio, sin embargo, no sólo se conecta con el juego y los jugadores, sino especialmente con el aficionado. Pese a fusionarse en un único sonido, sentado uno en la grada puede percibir sus diferencias. Alguna vez Edu ha cambiado opiniones con sus *vecinos* que silbaban el último pase, comentando la jugada: *no debería haber chutado, el pase era a la banda, se precipitó*. Hablando del juego y también del estado del equipo. Aunque no siempre es necesaria la palabra: tan sólo viéndole la cara al chico que pasa la

^{2 2} Lema del tifo realizado ante el Real Madrid en la jornada X de liga el 23/03/2015

entrada, al que espera en la cola del baño y al que suspira fuerte antes del saque de puerta, se puede imaginar qué piensan. Cuando alguien camina con la mirada echada al suelo, se masca la decepción; cuando alguien chista, se reconoce a la desgracia inminente.

En torno a los aficionados, se construye una extraña complicidad, como si el estadio los desnudara y el silbato les permitiera salir del trance y reconocerse unos a otros, con el mismo objetivo en mente, la misma persona, el mismo club.

Edu podría perder horas de su vida contando las emociones vividas en el estadio, anécdotas con desconocidos y amigos. Podría recrear goles y detalles sólo por la presencia de sus padres y hermanos en casa, de amigos y desconocidos en bares, de *vecinos* y *culers* en el estadio. Porque, al final, los partidos se convierten en meras anécdotas sin porterías ni líneas.

Tras aquel gol de Messi y aquella ridícula ruleta de Dinho, permanece sólo la compañía, el momento. Tras aquel gol de Sergi Roberto, se esconde la incredulidad, la repentina idea de aprovechar los asientos libres a su alrededor para vivir con sus amigos, repartidos por otras partes del estadio, los últimos minutos de una eliminación segura, la locura que se desarrolló después con los goles de Neymar y Suárez, el último centro del brasileño y el disparo de Roberto, la remontada repentina, los gritos histéricos de tres amigos en una nube de incredulidad.

Todo cabe en un gol, en un disparo. Júbilo, alegría, pero también tristeza, representada por el hombre que se besa el escudo en Liverpool, mientras la realización lo enfoca con el marcador todavía impreso en la pantalla: 4-0. Un beso que, sin embargo, camufla la derrota, audible para unos pocos. Porque del contacto de los labios con el escudo se percibe el orgullo de pertenecer a un lugar, una comunidad: *1899 neix el club que porto al cor; blaugrana són els colors, Futbol Club Barcelona.*

Saltos de fe

pasión

Del lat. *passio*, -ōnis, y este calco del gr. *πάθος* o *πάθος*.

8. f. Sermón sobre los tormentos y muerte de Jesucristo que se predica el Jueves y el Viernes Santo.

Las palabras son sólo palabras. Vuelan y se revuelcan entre ellas por el aire. Son escurridizas, ligeras. Toman el rumbo de quien las pronuncia y las escribe, de quien las escucha y lee, se desdoblán y viven o mueren según quien las cree o las rechaza. Las palabras son sólo palabras hasta que nadie les ata los pies, hasta que no pesan sobre el papel y se enganchan en la lengua.

Crear en alguien significa creer en el poder de sus palabras, en su capacidad para esconder y mitigar el dolor con nuevos y rocambolescos significados, en su hipotética sinceridad y nuestra supuesta inocencia.

Para creer en alguien, hay que tomar un salto de fe.

El deporte, por ejemplo, ¿es sólo deporte? ¿Juego? ¿Negocio? ¿Quién les da significado a las palabras? El aficionado vive a diario con preguntas nuevas que responder, pero muchísimas más que eludir. ¿Qué significa la palabra fútbol en la actualidad? ¿La frase *Més que un club*?

En la temporada 2001, el fichaje más caro de la historia era de 30 millones de euros. En la actualidad, es de 220 millones con el traspaso de Neymar al PSG. Hay más de diez fichajes que han superado la centena de millones en la última década. La economía, de repente, se ha vuelto un peso fundamental para cualquier club, mucho más allá de su masa social, su historia y su identidad. Hoy en día, las tertulias futbolísticas se llenan de conceptos económicos: amortizaciones, deuda a corto y largo plazo, normas de *fair play financiero*.

Muchas de este tipo de tertulias tienen al Barça en el punto de mira. La crisis del Covid-19 agudizó los problemas económicos que muchos clubes españoles arrastraban desde hacía años, obligados la mayoría a pedir y hacer drásticos ajustes salariales en sus plantillas. Muchos de estos clubes tuvieron que vender parte de sus derechos televisivos (su mayor cuota de ingresos) en los próximos 25 años para lograr una estabilidad financiera en la actualidad. El Barça fue uno de los clubes que tuvo que pedir un recorte salarial a su plantilla de un diez por ciento, aplazando otro cinco en los siguientes tres

años. Gerard Piqué, Frenkie de Jong, Marc André Ter Stegen y Clement Lenglet renovaron también sus contratos para dividir las cantidades de sus contratos en diversos años.

No fue la única medida que tuvo que tomar el club. Desde el año 2020, el club ha tenido que vender parte de su patrimonio: un 49,5% de Barça Studios, un 10% de sus derechos televisivos en los próximos 25 años y un 29,5% de Barça Vision. Además, ha tenido que refinanciar más de 600 millones de deuda a corto plazo a largo con Goldman Sachs y ha tenido que pedir un nuevo crédito de 1.000 millones de euros para afrontar, entre otras cosas, la renovación de su estadio con el proyecto *Espai Barça*.

Por su situación económica y las leyes del fair play financiero de la liga española, el Barça no ha podido acometer grandes fichajes en los últimos cuatro años y ha tenido que dejar marchar a alguno de sus futbolistas más importantes, entre ellos, el mejor jugador de su historia, Leo Messi. El futbolista que agotó los adjetivos y los adverbios y dejó tan sólo que sus pies lo pudieran explicar. El mejor jugador de la historia del fútbol, el que más títulos ha conquistado, el máximo goleador del club, el que más partidos ha jugado con su camiseta. El *petitó*, el *déu* que el Camp Nou vio crecer y dominar. Después de más de quince años en Barcelona, la liga frenó la renovación del argentino y negó su inscripción por la economía de la institución.

La situación económica del club cuestiona ahora su modelo de propiedad y al aficionado le surgen preguntas, le bailan las palabras: ¿qué quiere decir *Més que un club*? ¿Qué es el Barça? ¿Quién es el Barça? Las palabras vuelan y pesan, y cada uno tiene su propia definición según a quien quiere creer.

En 2003, Joan Laporta gana las elecciones del club con un 53,7% de los votos. Se impone principalmente a Lluís Bassat, que contaba en su organigrama con Pep Guardiola como director deportivo y había sido el máximo favorito en las encuestas. La candidatura de Laporta se presenta como un cambio generacional para el club, el dirigente que entonces tiene 40 años se muestra enérgico y desprende entusiasmo. Tras encabezar la moción de censura ante Núñez con el grupo *L'elefant blau* ante Núñez, Laporta destaca por su poder de oratoria y su convicción, distanciándose enormemente de la imagen de Núñez y Gaspar. A su lado, lo acompañan una veintena de dirigentes, entre 30 y 40 años, que quieren también pretenden regenerar y rejuvenecer al club. Johan Cruyff también da le su apoyo.

El lema de Laporta para ganar las elecciones es *Primer, el Barça*, y su estrategia consiste en recuperar el prestigio internacional del club con uno o dos grandes fichajes que sirvieran de reclamo no sólo deportivo, sino también comercial. Su intención es hacer del Barça un club moderno, de juego vistoso, y encontrar nuevas vías de financiación. Una fórmula definida como el círculo virtuoso. La promesa de Laporta para cumplir su cometido es el fichaje del joven David Beckham, uno de los mejores y más emblemáticos jugadores del mundo. El futbolista inglés, sin embargo, ficha finalmente por el Real Madrid y el Barça se tiene que contentar con fichar a Ronaldinho en 2003 y a Eto'o y Deco un año más tarde. La apuesta le sale bien a Laporta, quien tres años después celebra con el equipo su segunda Champions League de la historia.

Fuera del terreno de juego, Laporta también decide terminar con los *Boixos Nois*, el grupo de *hooligans* más violento del club, prohibiéndoles la entrada al Camp Nou, abriendo expedientes a muchos de sus miembros y retirándoles su condición de socios. Por tal decisión, Laporta recibe multitud de amenazas, algunas de muerte, durante todo su mandato y tiene que vivir acompañado siempre de un guardaespaldas.

En su primera etapa, Laporta destaca por su capacidad de saberse rodear bien y delegar en las distintas áreas del club. Ferran Soriano, vicepresidente económico, es un gran empresario que controla la faceta económica del club, Sandro Rossell, vicepresidente deportivo, consigue nuevos y lucrativos acuerdos con Nike, además del fichaje de Ronaldinho, y Txiki Begiristain demuestra saber construir una plantilla ganadora. Johan Cruyff, desde la sombra, es el principal y más importante consejero del presidente. Laporta había sido, además, de amigo, el abogado personal del neerlandés en Barcelona los últimos años.

La cúpula directiva, sin embargo, sufre su primera ruptura en 2005, empezando con el recelo entre Rosell y Laporta. El vicepresidente no ve con buenos ojos la influencia de Cruyff en las decisiones del presidente, de las cuales está en desacuerdo habitualmente. La relación se tensa todavía más con la entrada del excuñado de Laporta, Alejandro Echevarría, del que se decía que tenía simpatía con la pasada dictadura, en la directiva, y las decisiones del presidente en las secciones: nombra a María Valero como director general de las secciones del club y a Manolo Flores como entrenador del equipo de baloncesto. El divorcio entre Rosell y Laporta es público y notorio a lo largo de 2005 y

dos semanas después de ganar la primer liga del mandato, dimiten cuatro directivos de la junta: Sandro Rosell, Jordi Monés, Josep Maria Bartomeu y Jordi Moix.

Rosell siente que Laporta ha perdido su frescura y su candidatura, el rumbo. Vinieron para renovar la estructura del club, hacer de la institución una del siglo XXI, pero el exvicepresidente económico se siente “decepcionado” con Laporta. Sus palabras resuenan con fuerza ante el paso de los años y los acontecimientos: “Espero que esa decepción dure poco por su bien y el bien del club”, explica Rosell tras su dimisión. El presidente se encuentra ahora en su punto de mira: “Laporta tiene un conflicto consigo mismo, no conmigo, porque ve que el proyecto que ganó las elecciones no es el que lidera ahora mismo. Tiene que volver a leerse el programa electoral, volver a los orígenes”. No soporta las promesas incumplidas, cree que Laporta aún tiene que “levantar las alfombras” y crítica la influencia de Cruyff en sus decisiones: “Si pudiera le diría a Cruyff: 'Por el bien de todos, apártate. Deja a Jan trabajar tranquilo, pues si lo hace tranquilo lo puede hacer muy bien”.

El divorcio entre Jan y Sandro es el inicio de una nueva lucha fratricida para el club, que marcará su situación actual y su crisis de identidad. De nuevo, dos formas antagónicas de entender al club. Una que escucha a Cruyff, otra que lo evita.

En su primer mandato, Laporta potencia la marca del club y sus valores: el catalanismo histórico de la entidad, la universalidad y su solidaridad. La siguiente temporada de ganar la Champions League, en 2006, el club firma un acuerdo con UNICEF para colaborar económicamente con la fundación y lucir su nombre en la camiseta, ahí donde la mayoría de los clubes anuncian, entre otras cosas, cervezas y casas de apuestas. El Barça refuerza su relato de *més que un club* y se convierte en una institución referente en el mundo.

En lo deportivo, el primer equipo de fútbol naufraga después del éxito. Surgen los primeros problemas extradeportivos con sus principales estrellas. La prensa publica rumores sobre las salidas nocturnas de Ronaldinho, el diez del equipo, en mitad de la temporada y se cuestiona su rendimiento. “Cuántas más muestras de solidaridad con el brasileño aparecen en el equipo, más interrogantes sobre su rendimiento, más rumores y confirmaciones de salidas nocturnas”, escribe F. Vivanco en *La Vanguardia*, en 2007, “la última dos días antes del partido con el Osasuna -al día siguiente había entrenamiento a las diez de la mañana- en una célebre discoteca de la ciudad hasta la hora del cierre”. El brasileño tiene que salir en varias ocasiones a desmentir los rumores ante la prensa:

“Salgo lo mismo de fiesta que hace dos años (...) No he incumplido el código (...) todos saben lo que hago y lo que dejo de hacer, no me escondo”.

El equipo pierde la Supercopa de Europa, 3-0, ante el Sevilla y la final del Mundial de Clubes, el único título que le queda por conquistar al club, 1-0, frente al equipo brasileño Internacional. En la temporada 2006-07, sólo se conquista la Supercopa de España y al año siguiente, en la conmemoración del 50^a aniversario del Camp Nou, el equipo queda tercero en liga y no gana ni un solo título.

El mandato de Laporta se tambalea. Tres años atrás, en 2005, el socio y abogado Oriol Giralt denuncia a la directiva por su intención de celebrar las próximas elecciones en 2007 y no en 2006, dándole la razón el juez y obligando a Laporta a convocar en 2006 unas elecciones donde por tiempo sólo llega a presentarse él. El mismo socio, Giralt, promueve una moción de censura en 2008, aprovechándose de la crisis deportiva del primer equipo. El abogado catalán señala la negligente gestión de la directiva, además de la no convocatoria de elecciones en 2006, tanto en lo deportivo como en lo económico por la venta de patrimonio del club (los terrenos de Can Rigalt) o la no explotación de la publicidad en la camiseta. Ferran Soriano responde a estas declaraciones, argumentando que el objetivo del club es “crecer en el mundo, manteniendo la fidelidad ante el socio y los valores que representa, pero a la vez siendo competitivo (...) El Barcelona tiene 50 millones de fans en Europa, es el primero, un mercado inmenso. Hay que hacer un buen producto y explicar los valores democráticos, esas cosas intangibles, históricas, sociales y políticas, y, ¿por qué no?, valores catalanistas”. Soriano añade, además, que la decisión con el patrocinio de UNICEF es vehicular con los valores democráticos del club: “Nos basamos en dos pilares fundamentales: el fútbol espectacular, a saber: diversión, *‘fair play’*...; y en segundo lugar el compromiso social, hacer el bien social (...) Somos competitivos y queremos ganar, pero manteniendo la esencia de los valores democráticos”.

Finalmente, un 60% de los socios votan a favor de la moción, quedándose a unos pocos votos de los dos tercios necesarios para el cese de la directiva. Núñez crítica a la directiva el día de la votación: “Se ha hecho mucho daño a la institución, son 22 años los que he estado en el Barça y veo que se está vaciando, y si ustedes analizan lo que tenemos y lo que teníamos antes, haciendo una valoración real, verán la gran diferencia (...) “Veníamos de tener 40.000 millones de pesetas de patrimonio y de fondos propios y hace pocos días han dicho que tienen sólo 3.000 millones”.

Varios miembros la junta directiva dimiten, sin embargo, al final de la temporada. Entre ellos están tres de los cinco vicepresidentes (Albert Vicenç, del Área Institucional, Ferran Soriano, de la Económica, y Marc Ingla, de la Deportiva) y los vocales Toni Rovira, Xavier Cambra, Claudia Vives-Fierro, Josep Lluís Vilaseca y Evarist Murtra. Pese a sus intentos de convencer a Laporta de optar por la dimisión, el presidente se mantiene enrocado en su idea de seguir y nombra cuatro directivos más para asegurarse la continuidad mínima de un 25% de la junta directiva y evitar su cese.

Aquel mismo año, en el mes de mayo, en un congreso mundial de peñas barcelonistas, Laporta se muestra fuerte y encendido: “Muchas críticas vienen de hipócritas”, y afirma: “Aunque algunos lo quieran tergiversar, puedo afirmar rotundamente que el Barça vive el mejor momento económico de su historia”. “Al loro, que no estamos tan mal”, concluía el acto. En sus declaraciones, puede verse parte de la idiosincrasia del club. La autodestrucción propia de la institución: “No podemos estar pegándonos tiros entre nosotros”. La lucha por intereses personales: “Los hipócritas que hacen ver que son del Barça y no lo son, o bien otros hipócritas que sí son del Barça, pero que miran antes sus intereses que los del club”. Un modelo de juego propio: “Nosotros tenemos un estilo de juego, y los que quieren otros entrenadores con otro modelo, es respetable, pero que sepan que no vendrán al Barça”.

El presidente no mentía, porque en un contexto de máxima crispación, la situación está a punto de dar un vuelco. A final de temporada, con el beneplácito de Cruyff, Laporta anuncia a Pep Guardiola, el entrenador del filial, como nuevo técnico del primer equipo y la mejor etapa de la historia del club está a punto de comenzar.

En su primera rueda de prensa, con el aura que transmitía Cruyff, Guardiola anuncia que no cuenta con las tres grandes estrellas del equipo, cruciales para su vuelta a la senda del éxito, pero también determinantes en su deterioro de los últimos dos años. “Con la secretaría técnica estamos formando una plantilla y Deco, Ronaldinho y Eto'o no están en nuestra mente”, anuncia, y añade al referirse al brasileño, el futbolista que había devuelto la sonrisa a la afición: “Si sintiera que él quiere volver a ser el jugador que fue, aquí estaría. Pero hay un deterioro en la situación y la solución es hacer un vestuario fuerte”. En el siguiente verano, llega al equipo Dani Alves, Gerard Piqué, Martin Cáceres y se marchan Deco y Ronaldinho. Eto'o finalmente convence al técnico en la pretemporada y Guardiola decide entregarle el diez a Leo Messi, la joven estrella del equipo que había sufrido varias lesiones musculares los últimos años que le habían

impedido convertirse en el emblema del club. En la segunda jornada de liga (2008-09), Guardiola, además de promocionar a Pedro del filial de tercera división al primer equipo, apuesta también por Sergio Busquets para la posición de mediocentro por delante de un emblema como Touré Yaya. Cruyff aplaude su decisión, pese al empate frente al Racing, escribiendo en *El País*: “Técnicamente superior a Touré y Keita. Posicionalmente, apariencia de veterano. Con y sin balón. Con balón hizo fácil lo difícil: dar salida a uno/dos toques. Sin balón, otra lección: la de estar en el sitio justo para interceptar y recuperar corriendo lo justo. Y eso siendo joven e inexperto. Los mismos pecados que su técnico”. En el mismo artículo, el neerlandés transmite su ilusión con el equipo, pese al mal inicio: “Allá cada uno con sus conclusiones. El peor arranque de Liga en muchos años. Un gol a favor en dos partidos y de penalti. Dos ocasiones del rival y dos goles encajados. Numéricamente, verdades absolutas. Futbolísticamente, la lectura debe ser otra. La mía, y aquí no hablo de sensaciones sino de hechos, es que el Barça jugó el sábado su mejor partido en muchas temporadas”.

El resto es historia. Xavi se convierte en el cerebro del equipo, acompañado por Iniesta y Messi que explota como el mejor jugador del mundo sin discusión, y el Barça juega un fútbol exquisito para dominar Europa, regresa a la senda del éxito y toca el cielo al ganar los tres títulos que disputan en su primer año: Copa, Liga y Champions.

Los triunfos no evitan que desaparezca el gen destructivo del club, aquel que desencadena siempre la enésima crisis de la institución. En septiembre de 2009 salta la noticia de que cuatro de los cinco vicepresidentes del club han sido espiados los últimos meses para conocer quien debe encabezar la próxima candidatura continuista de la junta directiva. Los espiados son Joan Boix, Joan Franquesa, Rafael Yuste y Jaume Ferrer. En primera instancia, *El Periódico de Catalunya*, quien da a conocer la información, niega la relación de la investigación con Laporta y señala al director general Joan Oliver, quien presuntamente encargó una investigación a la agencia Método 3 de los cuatro directivos más cercanos al presidente para elegir quien sería el más adecuado para ser el candidato continuista en las elecciones programadas en el verano de 2010.

Meses más tarde, el socio Oriol Giralt, promotor de la moción de censura en 2008, tras que el club le abriera un expediente para quitarle su condición de socio, también acusa a la institución de haber sido espiado: “Estoy sentenciado por la junta directiva. Hoy quiero dormir bien y por eso estoy aquí denunciando que he sido espiado. El club me quiere depurar para después decir que ya no soy socio. Le voy a dirigir un escrito al

presidente para que me reciba y para saber cuánta gente ha tenido acceso al contenido de lo que se me ha espiado”. Giralt explica que el primer motivo por el que había sido espiado era para descubrir su relación con Sandro Rossell y el papel del exdirectivo en la pasada moción de censura.

Los intereses y la política se apoderan de las entrañas del club, que empieza a desdibujar su identidad y el papel de su aficionado. El éxito del primer equipo, sin embargo, camufla el enfado de la afición y se contagia en las otras secciones del club. El equipo de baloncesto vuelve a ganar la Euroliga, siete años después, en el año 2010, el de balonmano sigue con su etapa de oro y conquista de nuevo aquella temporada la Copa de Europa tras hacerlo en 2005, 2007 y 2008; en fútbol sala, se levanta por primera vez la máxima competición continental en el 2012, el mismo año en el que el primer equipo femenino, fundado el año 2001, gana su primera liga, que ganará de forma consecutiva las tres temporadas siguientes.

En las elecciones de 2010, Sandro Rosell gana con un 61,35% de los votos, el presidente con una mayoría más amplia de la historia del club. Jaume Ferrer, el candidato continuista de la etapa de Laporta, queda cuarto en las votaciones con poco más de un 10% del apoyo de los socios. Rosell entiende sus resultados como un rotundo éxito al mostrarse como el candidato opuesto a Laporta, tras sus rencillas cinco años antes, y llega al poder del club con la voluntad de rehacer mucho de lo construido por la anterior junta directiva, empezando por el mayor mito de la institución: Johan Cruyff.

Unos meses antes, el neerlandés es nombrado presidente de honor. Joan Oliver, director general del club en el mandato de Laporta, explica que Cruyff reúne “todos los requisitos, tanto como jugador y entrenador, y como persona inspiradora o fundador de un modelo en la concepción de juego del club que nos ha llevado a los éxitos en los últimos años”. En la primera rueda de prensa de Sandro Rosell como presidente, el 3 de julio de 2010, sin embargo, el neerlandés devuelve la insignia personalmente en las instalaciones del club. Días atrás, Toni Freixa, portavoz de la nueva junta directiva, había afirmado que su nombramiento no tenía validez: “Es un acuerdo que no se ajusta a los estatutos, por lo que tendría que producirse una modificación para incluir este precepto. Acordar un nombramiento de un miembro de Honor debe estar en los estatutos, y no está recogido”. Joan Oliver, en el momento de la decisión en marzo, se había esgrimido al artículo 16 de los estatutos del club. Cruyff, por su parte, señala al entregar la insignia: “Parece ser que molesto, por lo tanto devuelvo la insignia y un problema menos. Aceptar

esa insignia es mucho más difícil que devolverla”. No hay que olvidar el recelo de Rosell, ahora presidente, con Cruyff en el pasado y su reticencia a tenerlo cerca del club, más todavía por su influencia en Laporta y el anterior mandato. Rosell responde a la reacción del neerlandés aludiendo que “nadie querría tener un título que no existe. Imagino que debe ser por este asunto. Debe haber consultado con algún abogado”, afirmando que él hubiera actuado de la misma manera: “si te dan un título que no existe, lo devuelves”.

El club, de nuevo, toma el camino de la autodestrucción, triturando a sus propios ídolos y emblemas. Con la reacción de Rosell se intenta enterrar buena parte de la identidad que articula el relato *culer*. Se destierra la figura de Cruyff, desmereciendo todo su pasado en el club, obviando también su importancia en el éxito actual del equipo. Empieza una etapa en la que el club cambia totalmente de rumbo, escudado en los triunfos deportivos. A finales de 2010, la junta directiva acuerda que Qatar Foundation sea el patrocinador principal del club y en la siguiente temporada, la 2011-12, se relega el nombre de UNICEF a la parte de atrás de la camiseta para dar cabida al de Qatar Foundation en el frontal, justo debajo del escudo. El acuerdo causa revuelo en la base social del club porque se considera que países como Qatar promueven leyes y prácticas que van contra los derechos humanos. El 24 de septiembre de 2011, la Asamblea de Compromisarios, sin embargo, vota a favor del acuerdo con 697 síes (el 86%).

El Barça deja de ser *més que un club* y se suma a una larga lista de equipos que promueven la estrategia qatarí de *sport washing*: blanquear a través del deporte a instituciones, individuos, grupos o gobiernos y países con mala reputación. El gobierno qatarí compra el Paris Saint-Germain y lo financia, Emiratos Árabes hace lo propio con el Manchester City, el Arsenal cambia el nombre de su estadio que pasa a llamarse Emirates Stadium, el Bayern de Múnich también acepta llevar la publicidad de Qatar Airways y el Real Madrid cambia en 2011 su patrocinio en la camiseta, de la casa de apuestas Bwin a la empresa aérea Fly Emirates.

En el siguiente mandato, ahora con Bartomeu como presidente, en 2015 el Barça continúa con su vinculación con Qatar y el patrocinio de la camiseta pasa de la fundación qatarí a la empresa Qatar Airways por el pago de 60 millones por temporada. A la temporada siguiente, tras renovar un año más el acuerdo, el vicepresidente de Comunicación del FC Barcelona, Manel Arroyo expone: “Qatar Airways nos ha ayudado a hacer más grande al Barça en estos últimos años. Los éxitos que han acompañado el Club son, en parte, obra suya”.

¿Dónde queda el relato de *més que un club*?

En lo económico, el club bate récord de ingresos y su éxito deportivo lo catapulta a ser el club de referencia. El triplete de 2009 se completa con el sextete en el 2010. Un año después, se vuelve a conquistar de nuevo la Champions, la segunda en tres años, y el club bate la máxima puntuación en liga, superando los cien puntos, con Pep Guardiola. Cuatro años después de su llegada, sin embargo, el 27 de abril de 2012, el técnico anuncia, junto a Sandro Rosell y Andoni Zubizarreta, el director deportivo, su marcha. Guardiola lamenta que “el tiempo lo desgasta todo” y no se ve con fuerzas de continuar: “Me he vaciado y necesito llenarme (...) Igual nos habríamos hecho daño si hubiera continuado”. Al finalizar la rueda de prensa, Rosell le quita el protagonismo y anuncia su sucesor: su segundo entrenador entonces, Tito Vilanova. Un año antes, el técnico había sido operado de un tumor de la glándula parótida, pero el doctor del club, Ricard Pruna, confirma que puede tomar el reto: “Si hablamos en términos coloquiales diríamos curado. Si hablamos en científicos, diríamos libre de enfermedad, pero estoy diciendo lo mismo. Está como cualquier de nosotros, para vivir intensamente y hacer lo que le da placer, que es entrenar al Barça”.

Eric Abidal, lateral izquierdo del equipo, también había sido diagnosticado de un cáncer de hígado dos años atrás, el cual había sido extirpado el tumor con éxito en marzo. El futbolista se había recuperado y había podido disputar los 90 minutos de la final de la Champions league de 2011, en mayo, título que Carles Puyol le había permitido levantar él como capitán. La primera temporada con Tito Vilanova como primer entrenador del club, el equipo vuelve a convivir de cerca con los hospitales. El 12 de diciembre de 2012, Tito Vilanova recae de nuevo y Eric Abidal tiene que ser intervenido para un trasplante de hígado. Vilanova y Abidal reaparecen meses después, ambos con la buena noticia de haber superado sus enfermedades y el título de liga ganado por el equipo, lo levantan los dos ante un Camp Nou lleno aplaudiéndoles.

Es también la despedida del lateral francés, que no renovará su contrato con el club azulgrana contra su propia voluntad. El presidente Sandro Rosell no le ofrece un nuevo contrato y el francés había sido claro: “Quiero continuar jugando en el Barça, pero mi contrato acaba en junio. ¿Qué hago si ellos no me llaman?”. Meses más tarde, una vez ficha por el Mónaco, el futbolista francés ataca a la directiva por su no continuidad, ya que se había filtrado que era por una razón económica: “El discurso del Barcelona en la última rueda de prensa es difícil de comprender. No fue por dinero, la prueba es que los meses que estuve enfermo el club no me pagó”. Tras sus declaraciones, el club está

obligado a desmentir la información y publica un comunicado junto a los agentes del futbolista francés confirmando que había percibido todos sus emolumentos del Barça.

Al final de aquella misma temporada, Tito confirma que seguirá entrenando al Barça: “Me encuentro fuerte. Los médicos me han dicho que tire para adelante y tiro para adelante”. Pero durante el verano de 2013, vuelve a reproducirse la misma enfermedad y tiene que dejar el banquillo azulgrana. El Camp Nou levanta una gran pancarta de ánimos para el técnico catalán en la que se lee “Força, Tito”. Pero finalmente, el 24 de abril de 2014, Tito es intervenido de urgencia en el Hospital Quirón y el club anuncia su fallecimiento un día después.

En el mercado estival de 2013, llega al club Neymar Junior, el futbolista más prometedor del mundo, por 57 millones de euros según el club azulgrana. A la presentación del brasileño acuden más de 56.000 personas, como muestra de la ilusión que genera el fichaje. En los despachos, sin embargo, el fichaje trae el caos. Un socio, Jordi Cases, pide más información sobre el pago que ha hecho el club y su división, ya que el Santos, el club de origen de Neymar, sólo ha percibido 17 millones. Ante la negativa del club, Cases interpone una denuncia para aclarar el gasto. En enero del 2014, la fiscalía investiga el caso y se desvela que la información dada por el club es cuanto menos contradictoria, ya que se descubren pagos extra a los padres del jugador. El día 23 del mismo mes, antes de ser imputado, el presidente Sandro Rosell anuncia su dimisión. En su comunicado, Rosell añade: “En los últimos días, además, una injusta y temeraria acusación de apropiación indebida ha desembocado en una querrela contra mí en la Audiencia Nacional. Desde el primer momento he dicho que el fichaje de Neymar Junior es correcto y que la contratación ha provocado la desesperación y la envidia de algunos de nuestros adversarios. El derecho de los socios a ser informados debe ser compatible con la defensa del club y la confidencialidad de algunas materias y hechos. Esta confidencialidad es esencial en el mundo del fútbol porque en caso contrario puede conllevar unos perjuicios para el propio club”.

Un día después, el club revela que el fichaje asciende en total a 86,2 millones de euros y que los padres del futbolista habían obtenido una prima de 40 millones de euros (10 en 2011 y 30 en 2013) para asegurarse la firma del jugador. Dos años después, en 2016, con Bartomeu, vicepresidente en el mandato de Rosell, ahora como presidente, la fiscalía llega a un acuerdo con el club y exonera de toda culpa al futbolista, a sus padres, Sandro Rosell y a él mismo, culpando de todo el proceso al club como institución y

asumiendo la multa de 5,5 millones de euros. Una conclusión al conflicto que es buen reflejo de la deriva en la gestión y el mimo de la imagen del club, que es ahora condenado en una sentencia jurídica.

De nuevo, ¿dónde queda el relato de *més que un club*?

Aquella temporada de 2013, el caso Neymar no es el único en saltar a la palestra, ya que, en el mes de marzo, Catalunya Radio informa del acuerdo que Rosell había firmado con los Boixos Nois, entre otros 10 grupos de aficionados, para abrir una grada de animación en el Camp Nou. Anteriormente ya se habían filtrado fotografías del presidente y su vicepresidente, Bartomeu, con el grupo. Los Boixos Nois habían contado con la complicidad de Josep Lluís Núñez en el pasado, pese a la fama violenta que tenía el grupo. Muchos de sus miembros habían tenido vinculación con la extrema derecha. Laporta le había prohibido la entrada al estadio para erradicar la violencia del Camp Nou, pero en su regreso con la entrada de la nueva junta directiva, Sandro Rosell había dicho que “eren nanos molt macos, gent normal”.

El compromiso de Rosell con los Boixos Nois parte también de la violencia cero, pero tan sólo dos temporadas después de su vuelta al estadio, se ven múltiples bengalas en su sector del estadio, lo que destapa la caja de pandora en el seno de la afición blaugrana, descubriéndose la venta de entrada más baratas a tal grupo de aficionados en los últimos años.

Finalmente, Rosell no tiene más remedio que romper el pacto y cerrarles la puerta de nuevo.

En 2015, Bartomeu adelanta las elecciones tras suceder en el cargo a Rosell y aprovecha el éxito del equipo, campeón de Copa, Liga y Champions, para ganar las elecciones con el 54,63% de los votos. Se presenta como un candidato continuista con la anterior gestión y se escuda en los beneficios económicos que ha reportado a la entidad, además de los triunfos logrados en lo deportivo.

El mismo año de ser elegido presidente, Bartomeu participa en una clase vía videoconferencia en la Harvard Business School hablando sobre la dimensión global y el arraigo local del club. No es su última participación, ya que al año siguiente vuelve a participar para exponer el modelo económico del club que cataloga como todo un éxito. En 2018, por ejemplo, la institución bate récord de ingresos superando los 1.000 millones de euros y se convierte en el primer club deportivo en hacerlo.

Sus participaciones en la Harvard Business School, sin embargo, quedan en entredicho el 1 de octubre del 2017 cuando la Generalitat de Catalunya convoca unilateralmente el referéndum de independencia y el Gobierno de España responde con múltiples actuaciones policiales en los distintos colegios electorales para impedir la votación. Aquella tarde, mientras los telenoticias se llenan de imágenes con policías entrando por la fuerza en los colegios, batiendo con golpes de porra a la gente que se concentra para proteger las urnas, siendo indiferente sus edades y el lugar de los golpes y las heridas, el Barça juega ante Las Palmas en el Camp Nou. Como recoge un día después el diario AS: “Después de que la Junta llegase al quórum de no jugar, Josep Maria Bartomeu, entonces presidente, bajó al vestuario a comunicar la decisión a los futbolistas. Sólo tuvo el apoyo inequívoco de Gerard Piqué y Sergi Roberto, que consideraron que no se daban las circunstancias para jugar. El resto de los jugadores y el técnico, Ernesto Valverde, tuvieron claro que había que hacerlo porque, de no hacerlo, el Barça habría perdido 0-3 por incomparecencia y se le hubieran descontado, además, otros tres puntos en la clasificación de la Liga (artículo 77 del Código Disciplinario)”. El diario AS añade que “Bartomeu intentó conseguir un informe de los Mossos d’Esquadra que desaconsejase la celebración del partido para ‘obligar’ a LaLiga y FEF a suspenderlo, pero ese documento nunca llegó porque el cuerpo policial tenía preparado el protocolo en caso de invasión de campo”.

Pese a la tensión que se vive en las calles, el partido se juega a puerta cerrada. El club tan sólo anuncia en un comunicado que condena “las acciones llevadas a cabo en muchas localidades de Catalunya para impedir el ejercicio del derecho democrático y la libre expresión de sus ciudadanos”. El que Manuel Vázquez Montalbán había llamado el ejército desarmado de Catalunya juega y gana el partido, pero no hay nadie que le aplauda porque en uno de los días más importantes para el pueblo catalán, el club ha optado por darle la espalda.

En lo económico, sus declaraciones en la Harvard Business School tampoco envejecen bien, ya que poco después, tras la crisis generada por el Covid, se descubre la mala situación real del club, que ha aumentado sus ingresos, pero también considerablemente sus gastos. Ya en el verano de 2019, el club efectuó un intercambio entre Cillessen y Neto para evitar ambas instituciones pérdidas en el ejercicio (el importe recibido de un traspaso se calcula de forma íntegra el primer año mientras que el pagado en el traspaso, se divide

entre los años de contrato del jugador) y un año después se repitió la misma fórmula con la Juventus y Arthur Melo y Miralem Pjanic.

La crisis económica del club se explica porque la directiva implanta una política de renovaciones que implica una gran subida salarial de la plantilla. Además, el club paga también altas comisiones en sus transacciones, muy por encima del valor habitual, para asegurarse que se realicen. En los últimos veranos, tras que el PSG pagara 220 millones de euros por Neymar, la venta más cara de la historia, en 2018, el club realiza tres de los seis fichajes más caros de la historia, aumentando exponencialmente las amortizaciones mientras mantiene a Leo Messi como el futbolista mejor pagado del mundo. Por ello, la masa salarial del equipo es insostenible al cierre de la temporada 2020-21 cuando supone más del 98% de ingresos del club, cuando en una situación saneada no debería superar el 65%.

El 2020, además, también estalla el llamado caso Barça Gate, destapado por los periodistas Adrià Soldevila y Sergi Escudero, que pone de relieve el interés partidista de varios de los dirigentes azulgranas. Presuntamente, la Junta Directiva de Bartomeu había pagado, con el dinero del club, a i3 Adventures para promover campañas en las redes sociales que defendiesen las figuras de Sandro Rosell y del presidente, Josep Maria Bartomeu, y atacasen a las de sus adversarios, Joan Laporta, Victor Font (precandidato a la presidencia) y Jaume Roures, a las leyendas del club, Xavi y Pep Guardiola y algunos de sus futbolistas como Leo Messi, Piqué o Luis Suárez.

La situación para Bartomeu se convierte en insostenible. También en lo deportivo. El Barça cae en cuartos de la Champions League en 2018 3-0 en Roma, después de ganar 3-1 en la ida. Al año siguiente, vuelve a caer superado por sus miedos viendo cómo el Liverpool le remonta el 3-0 del Camp Nou con un 4-0 en la vuelta en Anfield en semifinales. Regresa el alma más melancólica al club y la afición se torna pesimista, llena de miedos. En 2020, en Lisboa con la puerta cerrada del estadio debido al Covid, el equipo toca fondo y pierde por 2-8 frente al Bayern en los cuartos de final. Aquel mismo verano, Leo Messi pide por burofax ser liberado de su contrato para fichar por otro equipo. Un ídolo más de la historia del club que se siente engañado por su presidente, relegado a comunicarse por una triste carta, un burofax. Ante los últimos acontecimientos, la Plataforma Más que una moció (además de ocho diferentes grupos de opinión *culers*, se incluyen también los precandidatos Jordi Farré, Víctor Font y Lluís Fernández Alá) prepara finalmente una moción de censura para el presidente.

Leo Messi termina quedándose a regañadientes en el equipo y el mismo día que la Generalitat y el PROCICAT aprueban la celebración de la votación de la moción de censura, el 27 de octubre de 2020, Bartomeu anuncia su dimisión. El 7 de marzo de 2021, más de diez años después, Joan Laporta vuelve a la presidencia del club tras ganar las elecciones con más del 54% de los votos. Se presenta como el salvador a la catastrófica situación del club, con la esperanza de repetir su círculo virtuoso. El lema de su campaña es “*Estimem el Barça*”.

El estado económico del club es paupérrimo tras el final del mandato de Josep Maria Bartomeu y varios columnistas en la prensa deportiva estatal mencionan el peligro de convertirse en una Sociedad Anónima Deportiva para el Barça. El periodista Iván San Antonio escribe en el *Sport*: “El Barça entre la SAD o la condescendencia”. Xavier Bosch hace lo propio en Mundo Deportivo: “El Barça S.A., ¿más cerca?”. Y Javier Gómez Matallanas incluye también al Real Madrid: “La necesaria conversión en sociedad anónima del Real Madrid y el Barcelona”. Jaume Llopis, de hecho, quien fuera directivo del club con Rosell y Bartomeu, vaticina que “el Barça será SAD en 2026 y lo controlarán las entidades financieras”. Además de la necesidad del club de inversión para afrontar sus deudas adquiridas, también pesa el hecho de que los equipos rivales cuentan con grandes inversores extranjeros y su potencial económico es casi ilimitado frente a uno como el FC Barcelona, que no puede seguir endeudándose. Ante esto, el propio club también ha puesto en tela de juicio su modelo de propiedad preguntando a los socios en alguna de sus últimas encuestas (de las que sólo el club conoce el resultado) qué preferiría:

- 1) Millor seguir com fins ara amb propietat del 100% pels socis i socies del Barça
- 2) Millor optar per ser Societat Anonima Esportiva amb accionistes
- 3) Millor un model mixt on almenys el 51% és dels socis i socies
- 4) Cap dels anteriors models
- 5) No ho sé

El club vive ahora un momento crítico entre la espada y la pared, ya que ha tenido que vender parte su patrimonio para poder refinanciar su deuda a corto plazo y acometer fichajes que aseguren el buen papel deportivo del club. Para creer en la reconducción de la situación se precisa esta vez de un salto de fe, de creer en las palabras de sus nuevos dirigentes y en la posibilidad de que las deudas no pesen más que el relato que ha construido en más de cien años el club: una institución propiedad de sus socios.

De los oídos del aficionado saltan multitud de interrogantes, preguntas que nunca en la vida querrá responder. No quiere mirar al futuro porque... ¿Qué significará ser *més que un club*? ¿Qué es el Barça? ¿Quién será? ¿Cuál es la definición exacta de la palabra fútbol? ¿Y la del aficionado? ¿Por qué seguir?

Supervivencia

El aficionado, pese a todo, condiciona su vida al fútbol. Cuadra su semana según el calendario de los partidos. Se reserva una hora y media a ver sólo veintidós jugadores correr detrás de un balón. Dedicar más tiempo si acude al estadio, donde se codea con miles de personas como él, pendientes de un único balón, esperando exactamente lo mismo: un gol.

El fútbol, sin embargo, se ha convertido en un negocio. Se mueven millones de euros y la economía ahoga clubes e identidades. Los precios de las entradas, de las camisetas, de las botellas de agua del estadio se encarecen. Ver a tu equipo se vuelve ahora en un capricho, en un lujo. Más de 200 euros para poder ver los partidos en televisión. Más de 400 desde el estadio. El aficionado, mientras tanto, se muerde las uñas con cada pase, se lamenta con cada disparo en contra y se retuerce por dentro cuando el árbitro pita el final y su equipo ha perdido.

¿Por qué dedicar tanto esfuerzo en un equipo? ¿Por qué seguir? “Hace tiempo que el Castellón se convirtió en una cuestión de fe. Que yo sepa, la fe nunca atendió a razones”, escribe Enrique Ballester en *Infraciudad*. Es posible que no haya motivos más allá de la fe, del sentimiento que uno desencadena por su equipo y escribe su identidad. “Soy parte del club tal y como el club es parte de mí”, explica Nick Hornby en *Fiebre en las gradas*, “y lo digo a sabiendas de que el club me explota, de que no tiene en cuenta mi punto de vista, de que a veces me trata como a un cero a la izquierda, de manera que mi sentimiento de conexión orgánica con el club no tiene nada que ver con la tozudez, la confusión y otros malentendidos sentimentales en torno al funcionamiento del fútbol profesional”.

Como si fuese una tinta imborrable, el sentimiento no desaparece del pecho, tan sólo lo traspasa, de generación en generación, haciendo más fuertes sus raíces en el árbol genealógico. “Quiero dedicar este libro al Club Atlético Independiente”, escribe al inicio de *Papeles en el viento* Eduardo Sacheri, “Por el amor que siento por su camiseta. Y porque ese amor me lo regaló mi papá”.

Durante más de 125 años, el Barça ha construido un relato a su alrededor. Su significado se ha multiplicado. Tanto en el salón de una casa al lado del estadio como en el mismísimo congreso de los diputados, los colores azulgranas esconden algo. Un sentimiento, un recuerdo de infancia, una razón de ser. Un símbolo político, nacional, catalán. *Més que*

un club. Una institución polideportiva, enamorada del juego y de la apuesta por los jóvenes de su cantera. Un equipo fiel a un modelo centrado en el balón y el juego ofensivo, una forma de jugar atractiva y entretenida para el espectador. Una entidad orgullosa en breves lapsos de tiempo y melancólica en muchos otros, condenada a luchas fratricidas, a darse disparos en su propio pie.

Los últimos años, el club se ha alejado de algunos de sus valores. El proyecto del nuevo Camp Nou, por ejemplo, se ha centrado en la renovación del estadio y la construcción de nuevas áreas, como restaurantes, zonas privadas y espacios comerciales, con las que incrementar sus ingresos. El Barça se ha sumado a la corriente en la que están inmersos el resto de los clubes de fútbol: se ha convertido en una marca global, una empresa multinacional que mueve millones de euros y que debe centrarse en el negocio y la maximización de sus ingresos. El propio nombre del estadio, de hecho, ha pasado a ser el de un patrocinador como el de Spotify a cambio de 180 millones divididos en 12 años.

La capacidad autodestructiva del club, sin embargo, ha tomado nuevas cotas de expresión. Los últimos años, el Barça ha vivido inmerso en un mar de dudas y deudas. Después de la alegría, del orgullo, de coronar el cielo, sus aficionados han bajado a los infiernos sufriendo derrotas humillantes, el 3-0 ante la Roma, el 4-0 contra el Liverpool, el 2-8 frente al Bayern, perdiendo a sus ídolos sin poderlos despedir. Como pasó con Cruyff y volvió a ocurrir con Messi. Después de más de quince años en Barcelona, el *diez* pidió el traspaso sintiéndose engañado por el presidente, pero volvió y ganó de nuevo, al año siguiente, una Copa del Rey que sabe a epílogo en retrospectiva. El verano después de ganarla, queriendo renovar su contrato con el club, teniendo pactado todo con el nuevo presidente, Joan Laporta, la economía de la institución lo frenó todo. Regresando de sus vacaciones para firmar su contrato, el club no pudo registrarlo, y el argentino se marchó de su casa llorando en mitad de una sala de prensa llena, con una mascarilla negra en la mano. Duelos que se mantienen en el tiempo. Espinas que quedan clavadas en el escudo, porque son también identidad del club.

Nada muestra más el dolor que padece el Barça y el *culer* que la imagen de su ídolo abandonando el club contra la voluntad de todos, sin la posibilidad de despedirse de su afición. El último gol de Messi, el Camp Nou lo cantó sin poderse imaginar.

Ni tampoco hay retrato que ilustre el poder de autodestrucción del club como la marcha de Xavi Hernández como entrenador. El segundo jugador con más partidos jugados del club regresó como técnico en 2021, siguiendo la estela de Pep Guardiola,

Luis Enrique o Cruyff, la fórmula del éxito, del salvador que una vez fue leyenda. Aunque al inicio funcionó y el equipo mejoró su juego y conquistó una Liga y una Supercopa de España en 2023, un año después, Xavi sale del club con un triste comunicado en el que “el presidente del FC Barcelona, Joan Laporta, ha comunicado este mediodía a Xavi Hernández que no continuará como entrenador del primer equipo en la temporada 2024-25”.

Un final macabro después de que el propio Xavi, ante las críticas y los resultados del equipo, anunciara ya el 27 de enero de 2024 su marcha: “Antes de que me hagáis las pertinentes preguntas quiero anunciar que a partir del 30 de junio no seguiré como entrenador del Barça. Lo hemos estado hablando con Laporta y con el área deportiva y como *culer* creo que el club necesita un cambio de dinámica. Como *culer*, pensando en el club y los jugadores creo que se liberarán y estarán más tranquilos”. Pero tan sólo dos meses después, el club informara de su continuidad, el 24 de abril, después de una cena de Sushi de la directiva con el técnico en casa de Joan Laporta, como informó el diario *Sport* al día siguiente. Rafa Yuste, vicepresidente deportivo, había dado la noticia a medianoche enfrente del domicilio del presidente: “Xavi nos ha transmitido una ilusión desbordante. Queremos hacer otra vez historia y la haremos. Y Xavi y su equipo harán todo para mejorar (...) Hemos tenido una reunión amistosa. Nunca he tenido duda de que Xavi continuaría”. El 24 de mayo, un mes justo después de la reunión, tras filtrarse el contacto con su sucesor, Hansi Flick, en una situación que recuerda a la vivida con Johan Cruyff, el club confirma finalmente su cambio de rumbo en el banquillo a través de un simple comunicado. Al día siguiente, todavía no hay ninguna explicación oficial, tan sólo filtraciones interesadas que cuentan cada una versión distinta cada una. Por la poca confianza de la directiva en Xavi, por las palabras del técnico en rueda de prensa explicando la situación económica y la dificultad de ganar títulos, por el sentimiento de Laporta de sentirse traicionado por el egarense con sus palabras o por la pérdida del apoyo de sus jugadores.

Sin motivo oficial, la afición vuelve a nadar entre los rumores que copan las portadas y los rotativos digitales, viciada a la actualización constante de noticias en las redes sociales. El Barça cae en su bucle de la autodestrucción. Un club maniaco con su pasado, preso de su expectativa, condenado a repetir siempre los mismos errores mientras sus leyendas y su afición, entre titulares y rumores, se dicen adiós sin nunca despedirse.

No sólo en lo deportivo ni en lo anímico el club ha vivido en un vaivén de emociones. El 15 de febrero de 2023, los periodistas de la Cadena Ser, Adrià Soldevila y Sique Rodríguez informaron de la investigación de la Agencia Tributaria sobre los pagos del FC Barcelona a José María Enríquez Negreira, uno de los tres vicepresidentes del Comité Técnico de Árbitros entre 1994 y 2018, durante más de una década: desde 2001 hasta 2018, con cuatro presidentes *culers* distintos (Gaspar, Laporta, Rosell y Bartomeu), el club habría pagado más de siete millones de euros al exvicepresidente del CTA. Los tribunales estudian el caso para saber si se trata de una posible corrupción deportiva, entre particulares o cohecho.

“Los pagos se prolongaron aproximadamente durante unos 18 años y fueron incrementándose desde los 70.000 € iniciales hasta los 700.000 € anuales”, explica la resolución inicial. “El FC Barcelona cesó en el pago tan pronto como Enríquez Negreira cesó como vicepresidente del CTA. Por deducción lógica, los pagos realizados por el FC Barcelona satisfacían los intereses del club en atención a su duración y al incremento anual”, argumenta el juez para la imputación del delito de cohecho.

El club se escuda con que los pagos se realizaban anualmente a cambio de informes de cada árbitro de primera división, debido a la experiencia de Negreira, exárbitro. En sus declaraciones institucionales al respecto, Laporta explica: “Quiero empezar con rotundidad: El FC Barcelona no ha realizado nunca actuación alguna que tuviera como finalidad o intención alterar la competición para tener una ventaja deportiva”, y añade que: “Es importante contextualizar que este dinero (7,3 millones de euros) se ha pagado en 18 años. (...) Se han encontrado muchos informes y vídeos en el último lustro. Hay que precisar también que el prestador principal de los servicios era Javier Enríquez Romero, el hijo de Enríquez Negreira. (...). El vicepresidente del CTA no tenía ninguna capacidad para alterar los resultados deportivos de la competición deportiva ni designar árbitros. Esto no estaba en sus funciones, el reglamento de la Federación Española lo deja muy claro y así lo han confirmado los árbitros”.

Durante la investigación, todavía no se ha demostrado el destino y el motivo de los pagos a Negreira como tampoco si han influido en los resultados deportivos durante el tiempo que se efectuaron. Joan Laporta es tajante: “La Agencia Tributaria manifiesta claramente que no ha podido demostrar que los pagos hechos al señor Negreira hayan podido influir en las decisiones de los árbitros o en el resultado de algún partido. No ha podido hacerlo porque no es posible”, defendiéndose de una gigantesca campaña de desprestigio reputacional por unas insinuaciones difamatorias que nada tiene que ver con

la realidad. En 125 años de historia, el Barça ha sido un modelo de juego limpio dentro y fuera del terreno de juego”.

El Barça se defiende a través de su identidad. Es su escudo y lanza a la vez: “Quieren destruir a uno de los emblemas de Catalunya como es el FC Barcelona, algunas esferas de poder no soportan que el club sea una plataforma de catalanidad abierta al mundo”. El club recuerda su *ADN*, su orgullo: “El Barça es una entidad aglutinadora de valores. Nos gusta ganar, pero somos de una forma de ser que nos gusta el ‘cómo’. Queremos ganar jugando bien y no por ayudas arbitrales”. Y nunca olvida a su máximo rival, siempre en el rabillo del ojo: “Hay un club que se ha personado como acusación particular, el Real Madrid. Es un club que ha sido favorecido por decisiones arbitrales históricamente. Un club que ha sido considerado el equipo del régimen (franquista). Cabe recordar que, durante siete décadas, la mayoría de los presidentes del Comité de Árbitros han sido ex socios, ex jugadores o ex directivos del Real Madrid”, termina en su defensa Laporta.

Como explica *El País*, qué se hizo con el dinero recibido por Negreira todavía es una incógnita. El exvicepresidente del CTA no ha tenido “un incremento patrimonial notable” y los investigadores sólo “han constatado numerosas extracciones de dinero en efectivo” de los que se desconoce su paradero final. La última actualización del conocido como ‘Caso Negreira’ es del pasado 24 de mayo del 2024, cuando la Audiencia de Barcelona anula la imputación del club por cohecho, pese que continúe con la investigación por el delito de corrupción deportiva. Sin todavía ningún veredicto, sin embargo, la imagen del Barça queda manchada, una marca más de una historia convulsa, cíclica, llena de claros y oscuros.

La institución cumplirá el próximo noviembre, 125 años de historia. El pasado 26 de mayo del 2023, el equipo se despidió de su antiguo estadio, el viejo Camp Nou, antes de empezar su remodelación. Una sardana en el centro del campo fue la antesala al adiós. Tal y como había sucedido en su inauguración, decenas de socios se despidieron danzando el baile que es una enseña del país, pero también del club. Enfrente de más de 88.000 personas, también se recitó el poema de Josep Maria de Segarra escrito para la inauguración del estadio, en 1957, el soneto ‘*Blau i grana*’:

*"Oh, ciutat meva que la vida em prens / -i ets més meva i menys meva cada dia- / avui,
amb blau sofert i amb grana intens / estàs pintant tot l'aire d'alegria. / S'obren les*

portes de l'estadi immens, / fet a l'amplada que el teu cor volia, / i el que és fill teu, i el que no ho és, sorprèn / amb l'aplom de la teva senyoria. / Avui de roig de sang i de blau de mar / vesteixes l'arrogància muscular / que excita i embriaga i abraona; / i avui això que és glòria i febre i crit, / només té un sol amor i un sol sentit / i una sola paraula: BARCELONA!"

Josep Maria de Segarra, *Blau i grana*.

Al final de la cerimonia de despedida del estadio, el socio número 14 del club, el senador Miquel Esquirol, da el testigo, en forma de banderín de córner, a Toni y Arlet, dos niños de menos de diez años. Una imagen simbólica del paso de distintas generaciones, del pasado, el presente y el futuro, por la grada del Camp Nou. La cantante Beth despide finalmente el estadio con una versión del *Cant dels adéus* en honor del campo:

“Fidels t’esperarem, amic / Torna nou i triomfant / Per molt que ens allunyem de tu / Sempre et portarem al cor / I quan reneixis, vell amic / Tornaràs més gran i fort / I tornaràs a ser el bressol / De noves il·lusions / Seràs el camp dels nostres fills / I de cent generacions / És hora, vell amic / De dir-te adeu amb gratitud”

“I quan reneixis, vell amic, tornaràs més gran i fort, I tornaràs a ser bressol de noves il·lusions”, se escucha en el estadio. La afición canta por su historia e identidad, un eterno resurgir de sus orígenes ahora representado en el nuevo estadio que nacerá del esqueleto del antiguo. La institución ha sido superviviente de luchas fratricidas en su fuero interno, entre presidentes y emblemas, ha sido protagonista de amargas derrotas, pero también de las más dulces. Se ha enarbolado en su tierra y sus valores, ha erigido un modelo y una forma de ser propia, pese a traicionarse por momentos a sí misma. Es parte de su historia y su castigo: presa de la autodestrucción que tan pronto encumbra ídolos y emblemas, los entierra bajo tierra. Víctima y verdugo de sí misma, cuna de ilusiones y decepciones, dueño de una historia cíclica de eterno renacimiento.

En la actualidad, el Barça ha dejado de ser el mejor club del mundo sobre el terreno de juego. Sólo ha conquistado tres títulos en los últimos cuatro años (una Liga, una Copa del Rey y una Supercopa de España), ha caído dos veces seguidas en fase de grupos de la Champions League y ha sido eliminado también dos veces en cuartos de final de la Europa League. En lo jurídico, el club continúa en los tribunales por el ‘Caso

Negreira' y el 'Barça Gate', y en lo económico, se ha visto obligado a vender parte de su patrimonio para sobrevivir. Su deuda financiera neta ascendía a 1.172,13 millones al final del ejercicio 2022-23, como explica el periodista especializado en el área económica del deporte, Marc Menchén.

En lo anímico, el aficionado ha visto marcharse a los protagonistas de su mejor etapa: Luis Suárez, tercer máximo goleador de la historia del club (198 tantos), ganador de 13 títulos, en 2021; Leo Messi, el mejor futbolista de su historia, el máximo goleador del club con 672 goles (442 más que el segundo), el jugador que más partidos ha disputado (778) y el que más títulos ha ganado con su camiseta (44) en 2022; y también Gerard Piqué (615 partidos, 30 títulos), Sergio Busquets (722, 32) y Jordi Alba (459, 18) en 2023. Ha tenido que decir adiós a su estadio, pendiente de las obras de remodelación del nuevo Camp Nou.

Aficionados como Edu han abandonado la que era su casa y han cambiado sus rutinas. Salen ahora antes de casa, optan por otras líneas de metro. El trayecto al estadio es distinto. La Travassera de Les Corts está vacía los fines de semana, ya no se escucha nada más que las grúas de lunes a viernes en su casa. Pero Edu, como tantos otros, continúa cargando con su camiseta y su bufanda, una camiseta y una bufanda que hace tiempo que dejaron de ser ligeras, para subir la montaña de Montjuic, atravesar el largo paseo que hay hasta el *Estadi Olímpic Lluís Companys* y animar y cantarle las alegrías al equipo, insuflarle el aire cuando más lo necesite y salvarle cuando se ahogue. En mitad de una gran crisis tanto institucional, económica y deportiva, la afición continúa al lado de su equipo, llenando, de media, más del 80% de las butacas de Montjuic.

Se han marchado sus leyendas, se ha demolido su casa y, aunque las intentaran reanimar, también se han marchitado sus ilusiones. Se ha puesto en duda su razón de ser y desconoce lo que será. Pero la afición, pese a las dificultades, sigue presente. Respira. Tal vez sin cordura, enamorado de una institución demasiadas veces ilógica. Como el soneto de Josep Maria de Segarra: “*ets més meva i menys meva cada dia*”.

Pero el *culer* no ha desaparecido. Está ahí y ahí donde está, continúa vivo el club, su historia y su legado porque el Barça existe de los recuerdos, crece de sus relaciones y su sentimiento, vibra en las voces de aquel nieto que acompaña por primera vez a su abuelo al estadio y cantan los dos al unísono:

*Blaugrana al vent
un crit valent
tenim un nom*

*el sap tothom:
Barça, Barça, Barça!*

4. Bibliografía

- Alonso, S. (13/05/2024) Laporta: “El Espai Barça es fundamental para que el club continúe siendo de sus socios”. *Mundo Deportivo*.
<https://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20231109/1002102663/laporta-espai-barca-fundamental-club-continue-siendo-socios.html>
- Antezana J., Luis H. (2003). Fútbol: espectáculo e identidad. En *Futbologías: Fútbol, identidad y violencia en América Latina*. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
<https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20100920125250/6PI-Antezana.pdf>
- Antonio, I. S. (2022, 12 agosto). El Barça, entre la SAD y la condescendencia. *Sport*.
<https://www.sport.es/es/noticias/opinion/barca-sad-condescendencia-14241168>
- Arrechea, F. (2018). Las polémicas en torno a la historia del FC Barcelona (III). “Más que un club”? La politización del FC Barcelona en sus orígenes. *Cuadernos de Fútbol: Primera Revista de Historia del Fútbol Español*, 104(1), 62-70.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6701546>
- Arrechea, F. (2015). Orígenes, nacimiento y consolidación del FC Barcelona (1875-1903). *Cuadernos de Fútbol: Primera Revista de Historia del Fútbol Español*, 70(1), 1. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5801572>
- Arellano, N. A. M., & De la Barca Guerrero, N. C. (2009). *Barra Perra Brava: ¡Yo le voy al Toluca aunque gane! Identidad y usos de la comunicación*. *Razón y Palabra*, 14(69), 1-25. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520330030.pdf>
- Ballester, E. (2014). Infrafútbol. *Libros del K.O.*
- Bassols, M. (2008). *Fútbol, comunicació i identitat*. En *Fútbol i llengua* (1 ed., pp. 1-1).
- Bauman, Zygmunt (2006) “Vivimos con el miedo de una amenaza constante sin saber de qué”, en *La Vanguardia*. Barcelona, entrevista, mayo 26, p. 42.
- Burgos, N., (2005). Bauman, Zygmunt. *Modernidad Líquida*, 2003, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica de Argentina S.A, 232 pp.. *Revista Universitaria de Geografía*, 14(1-2), 155-156.
- Bonet, J. (24/08/2023). Johan Cruyff, carisma con cachemir. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/deportes/20230824/9182803/johan-cruyff-carisma-cachemir.html>

- Bosch, X. (10/01/2024). El Barça S.A. ¿más cerca? *Mundo Deportivo*. <https://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20240110/1002166976/barca-s-mas-cerca.html>
- Bueno, J. G., Carranco, R., Bueno, J. G., Carranco, R., Bueno, J. G., & Carranco, R. (16/02/2023). El FC Barcelona pagó al vicepresidente de los árbitros Enríquez Negreira siete millones desde 2001 por supuestas asesorías verbales. *El País*. <https://elpais.com/deportes/2023-02-16/el-fc-barcelona-pago-al-vicepresidente-de-arbitros-enriquez-negreira-siete-millones-desde-2001-por-supuestas-asesorias-verbales.html>
- Cáceres, C. H. S. (2021). Identidades Sociales y Realidades Geográficas en el Asociacionismo Deportivo. *Sociología del Deporte*, 2(1), 71-82. <https://doi.org/10.46661/socioldeporte.5381>
- Calderón de la Barca Guerrero, N., Martínez Arellano, N. A. (2009). Barra Perra Brava: ¡Yo le voy al Toluca aunque gane! Identidad y usos de la comunicación. *Razón y palabra*, N.º. 69. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3102026>
- Cames, D. G. (2018). Gol y memoria: el fútbol en la narrativa en lengua española del XXI. *Letras de Hoje*, 52(4), 494. <https://doi.org/10.15448/1984-7726.2017.4.26875>
- Carabén, D. (20/08/2023). Guardiola: “No me he encontrado nunca a nadie con el carisma de Cruyff”. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/deportes/20230820/9175703/cruyff-guardiola-barca-dream-team.html>
- Carabén, D. (02/11/2023). Danny Cruyff y Marjolijn Carabén: “¡Cómo nos recibieron! Fue increíble”. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/deportes/20230821/9177253/danny-crruyff-marjolijn-caraben-como-recibieron-increible.html>
- Cardenas, J. A. (2008). El futbol nos une: socialización, ritual e identidad en torno al futbol. *Culturales*, 4(8), 101-140. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4002140.pdf>
- Carrión, F. (2006). *El fútbol como práctica de identificación colectiva*. <https://www.semanticscholar.org/paper/El-f%C3%BAAtbol-como-pr%C3%A1ctica-de-identificaci%C3%B3n-colectiva-Mena/873362d5779b950f84fd254e425c7d3f6be5b82b#citing-papers>
- Critchley, S. (2018). *En qué pensamos cuando pensamos en fútbol*. Sexto Piso.
- Cirese, Alberto. 1987. 11 Molise e la sua identita, Basilicata, n 516, maoljuniod e 1987,

p. 13.

Cruyff, J. (14/09/2008). Este Barça pinta muy, muy bien. *El Periódico*.

<https://www.elperiodico.com/es/opinion/20080914/barca-pinta-79169>

Cruyff irritaba a Núñez llamándole “Núñez padre”. (25/02/2009). *Sport*.

<https://www.sport.es/es/noticias/barca/cruyff-irritaba-nunez-llamandole-nunez-715707>

Dávila, A., Londoño, C. (2003). La nación bajo un uniforme. Fútbol e identidad nacional en Colombia 1985-2000. En *Futbologías: Fútbol, identidad y violencia en América Latina*. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

<https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20100920010011/8PII-DavilaLondono.pdf>

Devereux, Georges. 1975. Efnopsicoandlisis cmtpfenzetrarisra, Ammorrortu, Buenos Aires, 1975, p. 148.

Domènech, J. (26/04/2013). El motín de la historia. *El Periódico*.

<https://www.elperiodico.com/es/deportes/20130426/motin-historia-2376050>

FC Barcelona. (19/07/2016). El FC Barcelona y Qatar Airways prorrogan su acuerdo de patrocinio. *Barça*. <https://www.fcbarcelona.es/es/noticias/1064464/el-fc-barcelona-y-qatar-airways-prorrogan-su-acuerdo-de-patrocinio>

FC Barcelona. (s. f.) Estatutos.

<https://www.fcbarcelona.es/es/club/organizacion-y-plan-estrategico/comisiones-y-organos/estatutos>

Finestres, J. (s. f.) Sunyol, Barça, deporte y ciudadanía. *Revista Llibero*.

<https://revistalibero.com/blogs/contenidos/sunyol-barca-deporte-y-ciudadania>

Font, S. (23/01/2014). Rosell dimite como presidente. *Marca*.

<https://www.marca.com/2014/01/23/futbol/equipos/barcelona/1390475822.html>

Gayà, Catalina; Rizo, Marta; Vidal, David. 2022. *Comunicación, cultura y relato. Una propuesta para repensar las bases teóricas de la comunicación participativa*.

Giralt denuncia que el Barça le espía (18/02/2010). *Marca*.

<https://www.marca.com/2010/02/18/futbol/equipos/barcelona/1266500980.html#:~:text=%22El%20ataque%20es%20brutal%2C%20pero,que%20ya%20no%20soy%20socio.>

Girnénez, Gilberto. (2000). *La identidad social o el retorno del sujeto en sociología*.

Gimeno de Flaquer, C. (1971). *La mujer ideal*.

- Goig, R. L. (2006). *El fútbol como ritual festivo. Un análisis referido a la sociedad española*. <https://revistascientificas.us.es/index.php/anduli/article/view/3717>
- González, N. (2007). Bauman, identidad y comunidad. *DOAJ (DOAJ: Directory Of Open Access Journals)*.
<https://doaj.org/article/1e60571bd4764cc3a97539dcf2fd38c3>
- Guardiola confirma que no cuenta con Ronaldinho, Eto'o ni Deco. (16/06/2008). *Sport*.
<https://www.sport.es/es/noticias/barca/guardiola-confirma-cuenta-ronaldinho-eto-5820647>
- Hornby, N. (1992) Fiebre en las gradas. *Anagrama*.
- Iturriaga Barco, Á. (2015). El poder político y social en la historia del fútbol Club Barcelona: (1899-2015) [Tesis]. *Universidad de La Rioja*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=45453>
- Jiménez, J. (15/06/2023). Relatos del Camp Nou: el 1 de octubre, las horas más tensas. *Diario AS*. <https://as.com/futbol/primeras/relatos-del-camp-nou-el-1-de-octubre-las-horas-mas-tensas-n/>
- Laporta se salva y José Luis Núñez denuncia «la pérdida de patrimonio» del club. (07/07/2008). *La Nueva España*.
<https://www.lne.es/deportes/2008/07/07/laporta-salva-jose-luis-nunez-21675340.html>
- Laporta: «Muchas críticas vienen de hipócritas; al loro, que no estamos tan mal». (30/11/2022). *Cadena SER*.
https://cadenaser.com/ser/2008/04/06/deportes/1207438093_850215.html
- Marco, A. (14/10/2017). Cruyff critica desde la tumba el uso político del Barça y la independencia de Cataluña.
El Confidencial. https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/2017-10-03/cruyff-tumba-barcelona-independentistas-cataluna_1454091/
- Matallanas, J. G. (2021, 26 julio). La necesaria conversión en sociedad anónima del Real Madrid y el Barcelona. *elconfidencial.com*. https://blogs.elconfidencial.com/deportes/mataador/2021-07-26/real-madrid-barcelona-liga-sociedad-anonima-deportiva_3200912/
- Maldonado, A. M., & Oliva, A. V. H. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *DOAJ (DOAJ: Directory Of Open Access Journals)*.
<https://doaj.org/article/68287cab299a49bd892160163ed4cca5>

- Marías, J. (2011). *Salvajes y sentimentales: Letras de fútbol*. Debolsillo.
- Medina, Andrés. (1992). “La identidad étnica: turbulencias de una definición”, en Méndez y Mercado, Leticia Irene [comp.], I Seminario sobre identidad, México: Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Millán, M. J. R., García, F., Rodríguez-Peral, E. M., & Servant, S. G. (2008). La percepción de lo social. Análisis de los mensajes sociales. *Prisma Social*, 1, 1-46. <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353744574008.pdf>
- Montalbán, M. V. (1969, octubre 25). *Barça, Barça, Barça!* Revista Triunfo.
- Montalbán, M. V. (1987). *Barça: el ejército de un país desarmado*. Catalònia, 1987, Núm. 1, p. 45, <https://raco.cat/index.php/Catalonia/article/view/92523>.
- Montalbán, M. V. (2019). *La mirada inconformista: 40 años de periodismo, placer, revuelta y humor*. RANDOM HOUSE.
- Oliven, R. G., & Damo, A. S. (2001). *Fútbol y cultura*. Editorial Norma.
- Olmo, J. M. (18/10/2023,). El juez del caso Negreira imputa a Joan Laporta por cohecho por sus pagos al dirigente arbitral. *El Confidencial*.
https://www.elconfidencial.com/espana/2023-10-18/laporta-barcelona-negreira-cohecho-pagos_3756219/#:~:text=%22Los%20pagos%20se%20prolongaron%20aproximadamente,ces%C3%B3%20como%20vicepresidente%20del%20CTA.
- Ortuño, X. (26/03/2016). Seis años del nombramiento de Cruyff como presidente de honor. *Sport*. <https://www.sport.es/es/noticias/barca/seis-anos-nombramiento-cruyff-presidente-honor-5005607>
- Porta, M. E. (2007). Identidad y comunicación: Identidad como estructura de sentidos. *Question/Cuestión*, 1(13), 9.
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/30371/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Piqueras Infante, A. (1996). *La identidad valenciana. La difícil construcción de una identidad colectiva*, Madrid, España: Escuela Libre, Editorial, Institució Valenciana D'estudios I Investigació.
- Paris Pombo, M. D. (1990). *Crisis e identidades colectivas en América Latina, México: Plaza y Valdés*, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.
- Pàmies, S. (2016). *Confesiones de un culer defectuoso*. Destino.
- Tallón, J. (2014) *Manual de fútbol. Un libro fuera de juego*. Edhasa.

- Tajfel, H. and Turner, J.C. (1985) *The Social Identity Theory of Intergroup Behaviour*.
In: Worchel, S. and Austin, W.G., Eds., *Psychology of Intergroup Relations*, 2nd Edition, Nelson Hall, Chicago, 7-24
- Reguera, G. (27/02/2023). Estudio Estadio y un topos común. *El País*.
<https://elpais.com/deportes/2023-02-27/estudio-estadio-y-un-topos-comun.html>
- Relaño, A. (24/09/2016). Una sardana gigante inaugura el Camp Nou (1957). *Diario AS*. https://as.com/futbol/2016/09/23/mas_futbol/1474621588_601465.html
- Ruipérez, F. V. (25/5/2009). Ronaldinho se fue de fiesta 48 horas antes del partido en Pamplona. *La Vanguardia*.
<https://www.lavanguardia.com/deportes/futbol/20070921/53396189068/ronaldinho-se-fue-de-fiesta-48-horas-antes-del-partido-en-pamplona.html>
- Rizo, Marta. (2020). *Comunicación intersubjetiva: de los enfoques clásicos a la incorporación de lo corporal y emocional para su abordaje teórico y empírico*.
- Ronaldinho: «Salgo ahora igual que hace dos años». (01/10/2007). *Diario AS*.
https://as.com/futbol/2007/10/01/mas_futbol/1191189602_850215.html
- Rosell y Bartomeu confirman su dimisión. (02/06/2005). *Diario AS*.
https://as.com/futbol/2005/06/02/mas_futbol/1117663201_850215.html
- Sacheri, E. (2011). Papeles en el viento. Alfaguara.
- Santacana, C. (2014). «Esport, Societat i Identitat col·lectiva a La Catalunya contemporània». *Catalan Historical Review*, septiembre de 2014, p. 159-168,
<https://raco.cat/index.php/CatalanHistoricalReview/article/view/85732>.
- Scandroglio, B; López Martínez, J. S.; San José Sebastián, M. C. (2008) *La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias* Psicothema, vol. 20, núm. 1, 2008, pp. 80-89. Universidad de Oviedo. <https://www.redalyc.org/pdf/727/72720112.pdf>
- Sciolla, L. (1983): *Identitá. Turín*: Rosenberg and Sellier.
- Segarra, J. M. (1957). Blau i Grana.
- Soccer spurring Catalonia pride. (10/03/1971) *The New York Times*.
<https://www.nytimes.com/1974/03/10/archives/soccer-spurring-catalonia-pride.html>
- Soriano describe la derrota ante el Real Madrid como «catastrófica». (09/05/2008). *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/deportes/20080508/53462113798/soriano-describe-la-derrota-ante-el-real-madrid-como-catastrofica.html>
- Silvosa, I. (14/09/2023). El 'ADN Barça' triunfa en Europa. *Marca*.

<https://www.marca.com/futbol/barcelona/2023/09/14/6501ed87268e3e2a398b461a.html>

- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories*. Cambridge: Cambridge University Press (Versión española Tajfel, H. [1984]. Grupos humanos y categorías Sociales. Barcelona: Herder) - p. 255
- Tajfel & Turner. (1997). *Intergroup Conflict Theories*.
- Turner, J.C. (1981). *Towards a cognitive redefinition of the social group*. Cahiers de Psychologie Cognitive.
- Travis, M. A. (1998) *Reading cultures. The construction of readers in the twentieth century* (Carbondale: Southern Illinois University Press).
- Villena Fiengo, S. (2003). Gol-balización, identidades nacionales y fútbol. En *Futbologías: Fútbol, identidad y violencia en América Latina*. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20100920013504/15Villena.pdf>