

El Barça por j. rebuscá



Agotándose el calendario del XIX, un nuevo deporte inició su andadura en la ciudad de condal; se le conocía como el “foot-vall” y entre sus practicantes concurrían un alto número de residentes foráneos, siendo uno de ellos, el suizo Hans Gamper, quien junto a otros caballeros fundó, en el Gimnasio Soler de la calle España, una nueva entidad deportiva

predestinada a convertirse en uno de los principales símbolos de identidad de Cataluña, y el de mayor proyección internacional.

Abundan los casos en los que una entidad deportiva asume el cometido de símbolo de una identidad colectiva, dándose en el caso del Fútbol Club Barcelona curiosas paradojas, como la de alinearlo como institución del nacionalismo catalán, y por otra parte, aunque en menor medida, exponente de las ideas liberales o progresistas en el resto de España; además se da el anécdota de que aunque se arrogue en su papel de divisa del catalanismo, su nacimiento fue visto como un ultraje o una incorrección, por tratarse de un grupo con mayoría de extranjeros el que se sirviera del nombre y el escudo de la ciudad. Con un oresumible afán de desagravio, los barceloneses fundaron la Sociedad Española de Football –actual R.C.D.Espanyol de Barcelona- que optó por vestir los alegóricos colores que lucía en su blasón el almirante Roger de Llúria (Lauria), adalid legendario en el catalanismo.

Precisamente los colores de la indumentaria han sido objeto de controvertidos debates, ya que la combinación “blau i grana” carece de tradición en la ciudad y en Cataluña. Dado que Hans Camper militó y fue capitán del F.C. Basel, club que lucía tales tonalidades, se admite que el fundador pudiera haberlos sugeridos; pero en el aire persisten dudas razonable que han conducido a algunos investigadores establecer rocambolescos lazos con la francmasonería, o a aceptar explicaciones simplistas, aunque plausibles, como lo es el considerar que los jugadores se revestían con la fajas rojas y azules de los pelotaris ante la falta de otros distintivos.

El apelativo coloquial del FCB es el de «Barça», en el dialecto catalán oriental la manera abreviada de referirse a la ciudad; también se le conoce como el club “blaugrana” «azulgrana» o «culé», término éste que equivale a la castellanización de “culers” jocosos remoquete que recibían los especta-



dores que se sentaban en las tapias que rodeaban el antiguo estadio del Carrer Indústria.

Se estima que unos doscientos millones de personas, entre ellos sesenta millones de europeos, se sienten en mayor o menor medida 'culés', de los que unos diez millones y medio son españoles, casi la mitad catalanes. En España, y ya fuera de Cataluña, es el club preferido por los integrantes de tres segmentos sociales: universitarios, personas de tendencias ideológicas de centro y centroizquierda y las pertenecientes a clases medias y medias altas. En el resto, el elegido es el Real Madrid CF, su encarnizado rival.

El Barça está presente en todos los ámbitos deportivos de la sociedad barcelonesa y la catalana, lo cual, dado el peso específico de Barcelona en el conjunto de la región, parece una obviedad; por su carácter multidisciplinar ocupa el primer lugar, en España y en el mundo, entre las entidades deportivas.

Por ello la visita a Barcelona incluye la visita a su Estadio, el Camp Nou, su Museu, La Masía, residencia de la cantera de la sección balompédica, sus Botigas o comercios exclusivos donde adquirir su "merchandising" fetiche, e incluso aquellos rincones de la ciudad que pasarían desapercibidos si adolecieran de una reseña culé; entre ellos, destaca la Font de Canaletes: el visitante se tropieza con una docenas de fuentes más atractivas a lo largo del extenso territorio urbano, pero a ésta le envuelve el hechizo de estar radicada en el lugar elegido por la afición para celebrar sus vitorias.

A la vista de tanta magnificencia y esplendor, parece acertado el lema que desde medio siglo atrás identifica al Barça: "més (más) que un club". Un lema con variopintas interpretaciones, pero que en el sentir de los culés sólo cabe una: ser "més (más) que un seguidor".

