

BARÇA



Revista oficial FC Barcelona
Febrer - Març del 2015 · Núm. 73 · 4 €

144.756 socis han passat el procés del cens

Rècord d'abonaments per a la llista d'espera



UN MÓN BLAUGRANA

El Barça és el club amb més aficionats i amb més seguidors a les xarxes socials

La imatge icònica de Messi, Neymar i Suárez causa impacte internacional

Bartomeu: "La competitivitat global ja no és una mera qüestió esportiva"

Opinió de Javier Faus sobre l'estratègia comercial per conquerir els mercats

beko

COMBINACIÓ PERFECTA.

Beko, experts en electrodomèstics, està orgullós de donar suport al Barça, expert en el millor futbol.

beko



FC BARCELONA PREMIUM PARTNER

Estima global

Coincidint amb l'inici del 2015, la REVISTA BARÇA fixa la seva mirada en la condició de lideratge global que ostenta el FC Barcelona, el club que compta amb més aficionats arreu del món i que lidera el rànquing de seguidors a les xarxes socials. Es tracta d'un títol inqüestionable, el de club més estimat del món, amb prop de 300 milions de fans al món segons els estudis especialitzats en el sector, i amb més de 180 milions de seguidors a les diferents xarxes socials.

La reflexió sobre aquest lideratge resulta fascinant, tant l'anàlisi tècnica com les diferents veus, internes i externes, que tracten aquest fenomen i que analitzen com un club català, fundat per un suís fa 115 anys, s'ha convertit en quelcom que aglutina milions de persones al planeta. Per comprendre aquest fenomen cal recordar particularitats de la nostra història, així com moltes de les singularitats que ens defineixen com a institució. En aquest llarg procés també ha estat determinant la coincidència de la millor collita d'èxits esportius amb la globalització del consum de l'entreteniment, la penetració de les noves tecnologies de les telecomunicacions i la gran feina feta en els darrers anys a Can Barça en l'àmbit digital.

I per seguir mantenint aquesta posició de privilegi, el Club segueix immers en un procés de transformació esportiva i institucional. Un procés que aquest estiu va suposar 24 moviments a la plantilla junt amb l'arribada d'un nou tècnic, Luis Enrique. Per il·lustrar el moment que vivim en l'àmbit esportiu, res millor que recordar una imatge icònica, que es va produir fa unes setmanes al Camp

Nou, amb motiu d'un gol de Messi a l'Atlètic de Madrid, i que ja ha fet la volta al món. Es tracta d'una instantània en què Luis Suárez, Neymar Jr i Leo Messi, la millor davantera del món, corren abraçats per celebrar un nou gol del millor jugador de tots els temps.

Però per seguir en la posició de lideratge actual també és necessari un club fort en

EL CLUB SEGUEIX IMMERS EN UN PROCÉS DE TRANSFORMACIÓ ESPORTIVA I INSTITUCIONAL PER MANTENIR LA SEVA POSICIÓ

els seus altres pilars, és a dir, en la seva vessant econòmica, social i patrimonial. És aquí on cal seguir acumulant beneficis, com en els darrers quatre anys, on cal seguir augmen-

tant els serveis per als prop de 145.000 socis, únics propietaris de l'Entitat, i on esdevé fonamental el Nou Espai Barça, projecte aprovat per referèndum pels socis del Barça al mes de març passat i que avança amb pas ferm. El darrer impuls, la confirmació que el nou Miniestadi serà una realitat a la Ciutat Esportiva la temporada 2017/18, operació imprescindible per construir el nou Palau en els terrenys de les Corts que ara ocupa el Mini.

L'inici d'any en clau blaugrana també ha estat marcat per la decisió del president Josep Maria Bartomeu d'avançar la convocatòria d'eleccions a la presidència per a aquest estiu, amb l'objectiu de rebaixar la tensió de l'entorn, protegir el Club i centrar tots els esforços a animar l'equip de futbol.



FEBRER - MARÇ DEL 2015

EDITA Departament de Comunicació FC Barcelona

Av. d'Aristides Maillol, s/n, 08028 Barcelona T 902 18 99 00 F 93 411 22 19 revista@fcbarcelona.cat

DIRECTOR DE COMUNICACIÓ Albert Montagut

CAP DE PREMSA Toni Ruiz

DIRECTORA Ketty Calatayud **SUBDIRECTOR** David Saura **REDACTORS** Albert Arias, Marc Parramon, Oriol Bonsoms, Roger Bogunyà, Jaime Casas, Jordi Clos, Xavier Catalán, Lucas Duarte, Ariadna Martín, Miriam Nadal, Francesc Orenes, Anna Segura, Chemi Terés, Manel Tomàs i Carles Santacana **REVISIÓ LINGÜÍSTICA** Lourdes Julià i Marina Àlamo **ASSESSORAMENT HISTÒRIC** Carles Santacana **ART I DISSENY** Anna Prats **COMPAGINACIÓ I MAQUETACIÓ** Anna Prats i Montse Chaure **INFOGRAFIA** Anna Prats **IL·LUSTRACIÓ** Fátima Moreno **FOTOGRAFIA** Centre de Documentació i Estudis FCB, Míguel Ruiz (FCB), Germán Parga (FCB), Víctor Salgado (FCB), Arxiu Seguí (FCB), Àlex Caparrós, Arxiu FCB, Edu Bayer, Joana Burgués, Santiago Garcés Villanueva, Christoph Moratal, Cordon Press **PUBLICITAT** FC Barcelona Departament Comercial i de Màrqueting F 93 496 36 72 **IMPRESSIÓ** Rotocayfo **TIRATGE** 125.600 exemplars **DIPÒSIT LEGAL** B-40053-02 **PAPER** Estucat mat ecològic lliure de clor de 70 g.

La publicació no es responsabilitza de les opinions expressades en les col·laboracions externes. La redacció d'aquest número s'ha tancat a 31 de gener de 2015.





serveto

High Quality Logistics

"60 anys d' experiència ens avalen."

TRANSPORT I LOGÍSTICA INTERNACIONAL:

- TERRESTRE / MARÍTIM / AERI
- EMMAGATZEMATGE I DISTRIBUCIÓ



FC BARCELONA LOGISTIC PARTNER

Lleida · Barcelona · París

www.serveto.com

8

Les claus que han fet del Barça el club més estimat



El Club té prop de 300 milions d'aficionats arreu del món i és líder de les xarxes socials

14

Josep Maria Bartomeu analitza el fenomen del Barça global

El president ha concedit entrevistes als principals mitjans de referència mundial

16

Opinió de Javier Faus sobre l'estratègia comercial del Barça

El Club passa de 5 a 29 patrocinadors internacionals en quatre anys

19

L'oficina del Club a Hong Kong



El Barça la va obrir el 2013 per explotar el mercat asiàtic, on té més seguidors

30

Radiografia de les penyes internacionals blaugrana

El Club té més d'un centenar de penyes repartides pels cinc continents

35

Més d'un miler d'abonaments per a la llista d'espera

La xifra és la més alta des que la temporada 2011/12 es va regular el procés

38

Les seccions amateurs: l'atletisme



Els equips masculí i femení del Club brillen a la Copa del Rei i la Reina

40

LA CIUTAT ESPORTIVA CREIX AMB DOS NOUS PAVELLONS

Aposta patrimonial i esportiva per la formació en les seccions

42

EL PROJECTE '1IN11' REFORÇA LA UNIÓ AMB L'UNICEF

La Fundació impulsa la campanya global per millorar l'educació dels infants

47

ENTREVISTA AMB TOSTÃO, PREMI VÁZQUEZ MONTALBÁN

L'exfutbolista i ara comentarista brasiler guanya el premi de periodisme esportiu

54

EL BARÇA RECUPERA ELS ESTATUTS PERDUTS DEL 1940

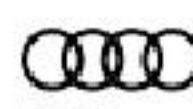
Els autors del llibre *El Barça segrestat* han cedit al Club el text dels Estatuts del 1940

tota la informació del Barça a www.fcbarcelona.cat

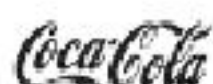
PARTNERS PRINCIPALS



PARTNERS PREMIUM



PARTNERS OFICIALS



PARTNERS SECCIONS



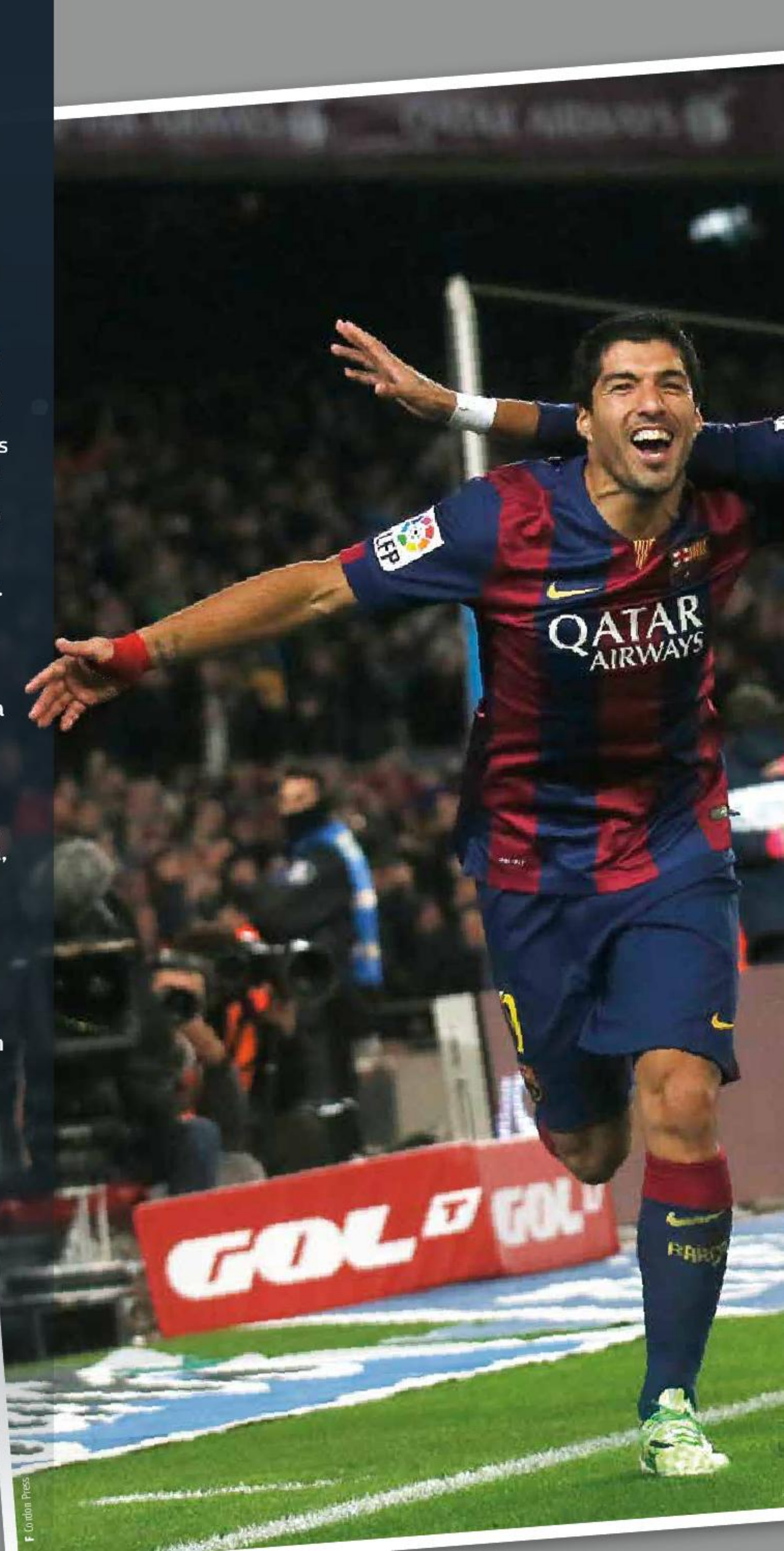
PARTNER OFICIAL DE SECCIONS



PARTNER OFICIAL HANDBOL

Una imatge icònica

Aquesta imatge ha fet la volta al món. Va ser captada a les acaballes del partit de Lliga que va enfrontar el FC Barcelona i l'Atlètic de Madrid al Camp Nou, quan Leo Messi va marcar el 3-1 definitiu. És la imatge dels tres davanters del Barça, Messi, Neymar i Luis Suárez, abraçats i en perfecta comunió, una tripleta considerada per molts la millor del món. La imatge que simbolitza el punt d'inflexió que va experimentar el Barça, recuperant el bon joc, la confiança i el respecte dels rivals. Les xifres a les xarxes socials blaugrana demostren l'impacte d'aquesta celebració. El compte d'Instagram del FC Barcelona va acumular 342.000 *likes*; el de Facebook, més d'1'2 milions, i a Twitter, més de 3.600 retuits al compte global. Una imatge icònica.







L'expedició del Barça, encapçalada per Josep Maria Bartomeu, en un acte a Kuala Lumpur durant la darrera gira asiàtica el 2013.

El club més estimat del món

Les claus que han portat el FC Barcelona a tenir prop de 300 milions d'aficionats en tots els indrets del planeta i a liderar les xarxes socials

Ketty Calatayud

El FC Barcelona s'ha definit sempre com un club català i catalanista, sense perdre mai de vista la seva dimensió universal. Des del mateix moment de la seva fundació, fa ja 115 anys, el Club va adoptar aquesta universalitat com un dels seus pilars identitaris. El mateix fet que el fundador del Club, el suís Joan Gamper, i cinc dels 11 companys d'aventura en la creació del FC Barcelona l'any 1899 fossin estrangers demostra que el sentiment blaugrana no té fronteres. Un fet que queda reflectit en el mateix himne, el *Cant del Barça*: "Tant se val d'on venim, si del sud o del nord (...), una bandera ens agermana".

El Barça agermana seguidors de manera global en un univers social multicultural, que

defensa uns valors amb què milions de persones se senten identificades, sense importar-ne la procedència. El Barça és un club obert a tothom i els milions de seguidors de tot el món configuren la grandesa de la unió barcelonista. Aquest fet s'ha reflectit durant dècades en les penyes, agrupacions d'aficionats de tots els indrets que s'associen per compartir el sentiment barcelonista i que mantenen un vincle d'unió amb el Club, que esdevenen ambaixadors del Barça al món i donen suport als jugadors i als equips blaugrana allà on vagin. Avui en dia, però, la globalització del Club s'ha multiplicat per l'efecte de la revolució digital (televisió per satèl·lit, internet, xarxes socials...), i el FC Barcelona ha aconseguit

guanyar adeptes i fans arreu del món fins a aconseguir una posició de lideratge.

Els estudis de Repucom, l'empresa especialitzada en aquest tipus d'informes i que utilitzen la gran majoria de clubs de futbol, consideren el Barça com el club preferit al món i li reconeixen una xarxa mundial de seguidors de 300 milions de persones.

Aquesta condició de club més estimat del món s'ha alimentat durant els últims anys amb una estratègia digital encaminada a mantenir una relació propera amb aquests fans utilitzant les eines tecnològiques que estan avui dia a l'abast de tothom. La televisió, internet i les xarxes socials (a més de les gires de l'equip per enfortir els mercats

XARXA MUNDIAL DE SEGUIDORS DEL FC BARCELONA



Font: Estudi de Repucom SportsDNA, mitjana de resultats 2012-2014.

potencials) han aconseguit sumar milers de seguidors cada dia i han convertit la marca Barça en una de les més solvents i reconegudes del món de l'esport.

Però, com ha arribat el FC Barcelona a aquesta posició de lideratge?

Al centre de la tempesta perfecta 2.0

No hi ha una única resposta per a aquesta pregunta, sinó que és la conseqüència d'una conjunció de factors que, units, van aconseguir situar el FC Barcelona al centre d'una tempesta perfecta 2.0. Es podria dir que el Club va estar en el lloc correcte en el moment oportú. Però, a més, estava preparat per a aquest moment. El Barça ha sabut gestionar els èxits esportius i els seus actius de posicionament estratègic tot just quan es va produir l'esclat de la revolució digital, i posteriorment de les xarxes socials, la qual cosa va causar una onada de seguidors a tot el món i la globalització de la marca Barça.

En la darrera dècada s'han produït dues grans tendències que han afectat el món del futbol i dels clubs d'aquest esport. D'una banda, l'entreteniment s'ha globalitzat, i el futbol, que és indiscutiblement l'esport número 1 -i tot indica que ho continuarà sent perquè creix exponencialment a tot arreu-, s'ha beneficiat especialment d'aquesta globalització de l'oci i l'entreteniment. Per altra banda, això ha coincidit i ha anat de la mà de la penetració de tota la tecnologia de telecomunicacions i l'explosió dels mercats emergents a internet, a la televisió i a les xarxes socials. L'entreteniment s'ha convertit en un fenomen que es pot consumir en qualsevol lloc del món, en viu o en diferit, i quan

al consumidor li vingui de gust.

Als anys 80 es podien veure els partits de les competicions domèstiques i els grans esdeveniments, però pràcticament no hi havia accés a altres lligues d'arreu del món. Avui en dia hi ha una massa de gent a tot el món que té la possibilitat de seguir el futbol per televisió en molts indrets on abans no es podia. Aquesta globalització del futbol televisat comença després de l'any 2000, amb l'inici del nou mil·lenni. I comença a explotar just a partir de la temporada 2005/06, per després continuar amb la gran eclosió de les xarxes socials a partir del 2009.

LA REVOLUCIÓ DIGITAL





POSICIONAMENT: ELS PILARS DE MARCA

ESTIL DE JOC



EL TRIOMF D'UNA CULTURA I D'UN ESTIL ÚNIC DE FUTBOL QUE NEIX FA MÉS DE 40 ANYS

El Barça ha consolidat un estil propi admirat a tot el món. L'estil Barça està basat en el joc ofensiu, la creativitat, la possessió de la pilota i l'associació amb el company.

VALORS



LIDERATGE AMB VALORS. RESPECTE, ESFORÇ, AMBICIÓ, TREBALL EN EQUIP, HUMILITAT

Existeix una simbiosi entre els valors que defensa el Club, que promou la Fundació i que s'ensenyen a les categories inferiors i que reflecteixen els jugadors del primer equip.

MASIA



APOSTA PER LA FORMACIÓ DE TALENTS A CASA. PASSAT, PRESENT I FUTUR DEL FCB

Amb el pas del temps, la Masia s'ha convertit en molt més que una residència: és una escola de valors, el símbol de l'aposta pels jugadors formats al planter i de l'ADN del Club.

COMPROMÍS SOCIAL



COMPROMÍS SOCIAL. PROJECTES I ALIANCES DE LA FUNDACIÓ

El Barça és un referent cultural i social del país, i un motor de projectes solidaris. Es canalitza a través de la Fundació i d'aliances com l'Unicef, el COI, Bill & Melinda Gates i Pies Descalzos.

VOCACIÓ POLIESPORTIVA



EL MILLOR CLUB ESPORTIU: 5 SECCIONS PROFESSIONALS I 8 D'AMATEURS

Centenars d'esportistes defensen la samarreta blaugrana més enllà del futbol. Bàsquet, handbol, futbol sala, hoquei patins, herba i gel, atletisme, rugbi, volei, bàsquet en cadira de rodes...

Això va permetre que les marques, com els grans clubs, es convertissin en marques globals. L'èxit esportiu o les gestes èpiques obren una finestra d'atenció, d'oportunitat. Això és el que va passar al Barça amb la Champions de París el 2006, amb Ronaldinho com a gran figura de l'equip. Molts aficionats van començar a preguntar-se qui són aquests jugadors del Barça, què és el que han d'explicar..., es va despertar l'interès generalitzat.

Una bonica història per explicar al món

L'encert del club blaugrana, des del punt de vista estratègic, és que en els últims deu anys no s'ha limitat a capitalitzar aquest interès només per vendre més samarretes, com va passar amb altres clubs. El Barça tenia una història bonica per explicar, perquè compta amb uns pilars identitaris que el distingeixen de la resta dels competidors. *El més que un club es va convertir en un gran lema de la marca Barça.*

Aquesta història compta amb arguments molt atractius als ulls dels aficionats: un club centenari que és propietat dels seus socis, amb un passat històric com a refugi cultural i nacional en períodes de dictadura, que és un ambaixador de la cultura catalana i una icona de Barcelona, ciutat de moda al món; amb un estil de joc que des de l'època del Dream Team de Johan Cruyff ha despertat una admiració unànime. Un club que defensa l'esperit de la Masia i l'aposta pels jugadors formats a casa, que té un lideratge basat en els valors i un compromís social que canalitza a través de la Fundació, una entitat poliesportiva amb milers d'esportistes que defensen la samarreta blaugrana en quatre seccions professionals, a més del futbol, i vuit seccions amateurs.

A la segona meitat de la dècada del 2000 havia començat la millor etapa de la història del Club i només tres anys després de la Champions de París va arribar el Barça de Guardiola, que la temporada 2008/09 va conquerir un triplet inèdit: la Lliga, la Copa i

BARÇA FANS TÉ PROP DE 4 MILIONS DE SUBSCRIPTORS



Barça Fans és un espai web exclusiu que permet accedir a continguts inèdits. Està disponible a fans.fcbarcelona.es i és de subscripció gratuïta. Compta amb gairebé quatre milions de subscriptors, un 80% dels quals són de fora d'Espanya. En el top de països amb més subscriptors figuren el Brasil, els Estats Units, l'Argentina, el Regne Unit, Mèxic, Colòmbia, Turquia i Indonèsia.

la Champions de Roma davant el Manchester United, un cicle victoriós al que s'hi afegirien la Supercopa d'Espanya, la Supercopa d'Europa i el Mundial de Clubs.

A aquest fenomen s'hi va sumar una altra finestra d'oportunitat que va contribuir decisivament a incrementar l'interès pel

Barça en molts països: el Mundial de futbol de Sud-àfrica el 2010, que va guanyar la selecció espanyola, amb un equip que tenia com a base set jugadors blaugrana i un joc molt identificat amb l'estil Barça, el que es va conèixer fora com a *tiki-taka*.

La influència del Mundial es va reflectir

EL MILLOR EQUIP DE LES 6 DARRERES TEMPORADES

EQUIP	COMPETICIÓ	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
	LLIGA				2n		2n
	LLIGA DE CAMPIONS		SEMIFINAL		SEMIFINAL	SEMIFINAL	QUARTS
	PREMIER LEAGUE		2n		2n		7è
	LLIGA DE CAMPIONS	2n	X	2n	X	X	QUARTS
	LLIGA	2n	2n	2n		2n	3r
	LLIGA DE CAMPIONS	X	X	SEMIFINAL	SEMIFINAL	SEMIFINAL	
	PREMIER LEAGUE	3r		2n	6è	3r	3r
	LLIGA DE CAMPIONS	SEMIFINAL	X	X		X	SEMIFINAL
	BUNDESLIGA	2n		3r	2n		
	LLIGA DE CAMPIONS	QUARTS	2n	X	2n		SEMIFINAL



F Germán Parga - FCB

EL 85% DELS VISITANTS DE L'ESTADI SÓN ESTRANGERS

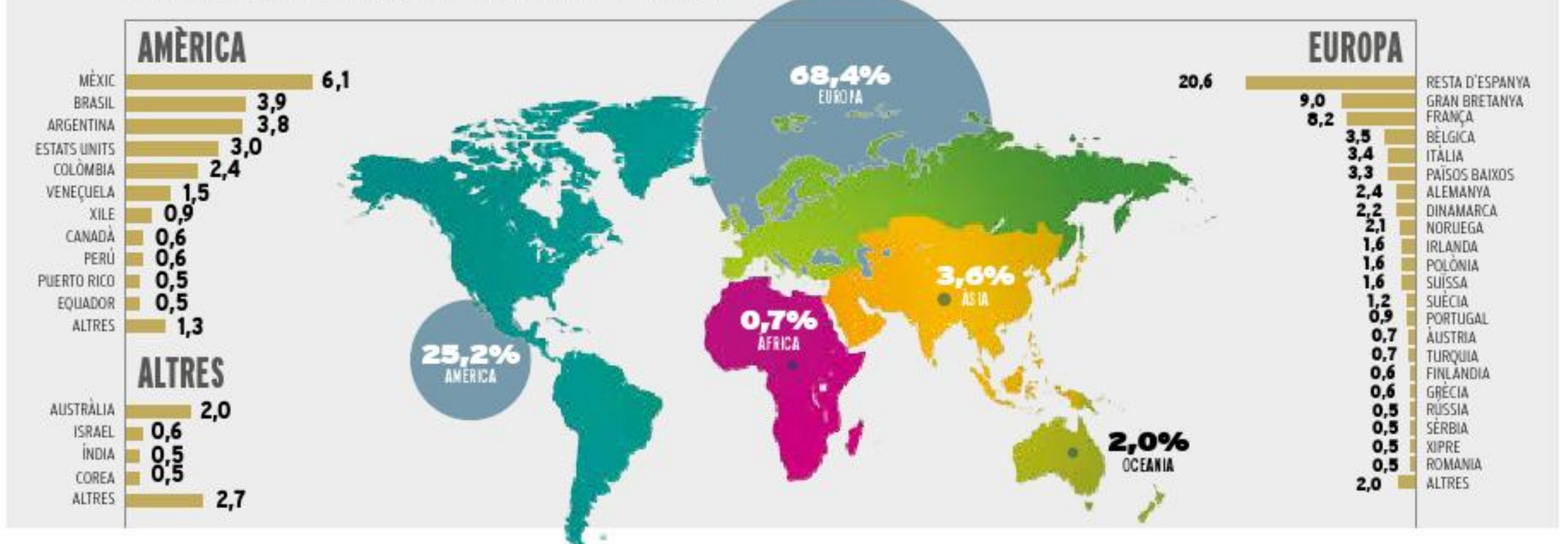
Des de fa uns anys, el Museu del Barça lidera el rànquing dels museus més visitats de Catalunya i suposa una important font d'ingressos per al Club. La globalització del Barça ha contribuït que el Camp Nou Experience (que també inclou el Tour, la visita pels racons més emblemàtics de l'Estadi) s'hagi convertit en una gran atracció de Barcelona per als milions de turistes que visiten la ciutat.

Els estudis que té el Club (del juliol del 2014) indiquen que aproximadament el 85% dels visitants de l'Estadi (dels quals aproximadament el 50% fan el Tour) són turistes, considerats com a tals els qui provenen de fora de Catalunya. Només el 15,9% dels visitants de l'Estadi són residents a Catalunya. Entre els locals, la meitat resideix a la ciutat de Barcelona i un terç a la resta del Barcelonès, el Baix Llobregat o el Vallès.



D'entre els turistes, un de cada cinc resideix a la resta de l'Estat, mentre que el 79,4% restant prové de l'estranger. Dos terços provenen de països europeus, sobretot d'Espanya, Gran Bretanya i França, mentre que una quarta part ve del continent americà, entre els quals els mexicans se situen al capdavant. De fet, s'observa que entre els que visiten l'Estadi hi ha una proporció més gran de visitants de països llatinoamericans que entre el conjunt dels turistes que arriben a la capital catalana. Pel que fa als provinents de la resta de l'Estat, gairebé la meitat resideix a tres comunitats autònomes: Andalusia, Madrid i la Comunitat Valenciana. Els estudis de què disposa el Club també indiquen que el grau de satisfacció entre els visitants de l'Estadi és molt alt, d'una mitjana del 8,8, i el 85% dels enquestats recomana, "segur que sí", la visita al Camp Nou Experience.

PROCEDÈNCIA DELS VISITANTS FORA DE CATALUNYA



molt bé al Facebook. Quan es produeix l'entrada del Barça en aquesta xarxa social, el 2009, el ritme de creixement era d'entre 25.000 i 50.000 per setmana i durant el Mundial, a mesura que Espanya anava passant rondes, es va incrementar fins als 250.000 per setmana, i ja no va baixar. La bola de neu s'havia posat en marxa.

El Mundial i tota la seva força mediàtica provoca que molts aficionats que normalment no segueixen més que la seva pròpia

Lliga fixin la seva atenció en altres equips. Molts dels que no saben res del Barça es van començar a fixar en un equip que tenia jugadors com Puyol, Xavi, Iniesta, Valdés, Sergio Busquets, Piqué i Pedro, que formaven part del Barça de llegenda que ho havia guanyat tot. Tots ells, a més, formats en els equips inferiors del Club i que representen els valors positius de l'esport que el Barça ha aconseguit identificar com a propis: humilitat, respecte, ambició, esforç i treball en equip.

Afortunadament, la simbiosi entre aquests valors i els jugadors de l'equip (amb l'afegit de Leo Messi com un dels seus estendards), ha estat total. La Pilota d'Or del 2010, amb tres jugadors de casa finalistes (Messi, Iniesta i Xavi) va convertir la Masia en una marca global, i aquella mateixa temporada, el triomf a la final de la Champions de Wembley seprant al Manchester United, amb una superioritat indiscutible, i en el Mundial de Japó, amb una lliçó de futbol davant el Santos de



DIFONDRE EL MISSATGE DE MARCA



Neymar, el prestigi de l'equip va adquirir categoria indiscutible de millor del món.

Al mateix temps, la globalització del futbol afavoria que molts aficionats adoptessin com a propi un segon equip d'altres Lligues, a més del seu equip favorit local. El futbol també penetrava en molts països on el nivell dels equips domèstics era molt baix i s'hi

produïa una mena de buit que els grans clubs van saber ocupar. Així va ser com molts van iniciar una història d'amor amb el Barça. Una vegada despertat l'interès i l' enamorament, l' aspiració era que els fans fesin seus els colors blaugrana, contribuint a projectar els valors que defensa el Club. El Barça, en aquest sentit, va saber agafar l'onada en el mo-

ment perfecte, i ara forma part d'aquest grup de clubs top que s'estan aprofitant d'aquestes macro tendències del món del futbol.

La diferència entre clubs com el Barça, el Reial Madrid i el Manchester United és molt evident respecte a un segon grup que està intentant pujar en el rànquing, però que no va agafar l'onada en el moment oportú. En el cas del Facebook, el Barça, l'equip més popular del món, ha fet surf a plaer, com es podia comprovar a mesura que la xarxa social entrava en un país i el Club anava darrere sumant i sumant seguidors i likes. El Manchester United, per exemple, no va tenir tanta sort: quan era l'equip que guanyava títols i que tenia més seguidors, no va comptar amb una finestra d'oportunitat com el Facebook. Ells ja estaven per darrere quan la xarxa social es va estendre pel món, i ja s'han quedat enrere i no han aconseguit atrapar el Barça.

La posició del Club entre els top del món ja es considera consolidada, més enllà que

AUDIÈNCIES DE TELEVISIÓ

FCB AUDIÈNCIA GLOBAL
PER TEMPORADA: * 900 M

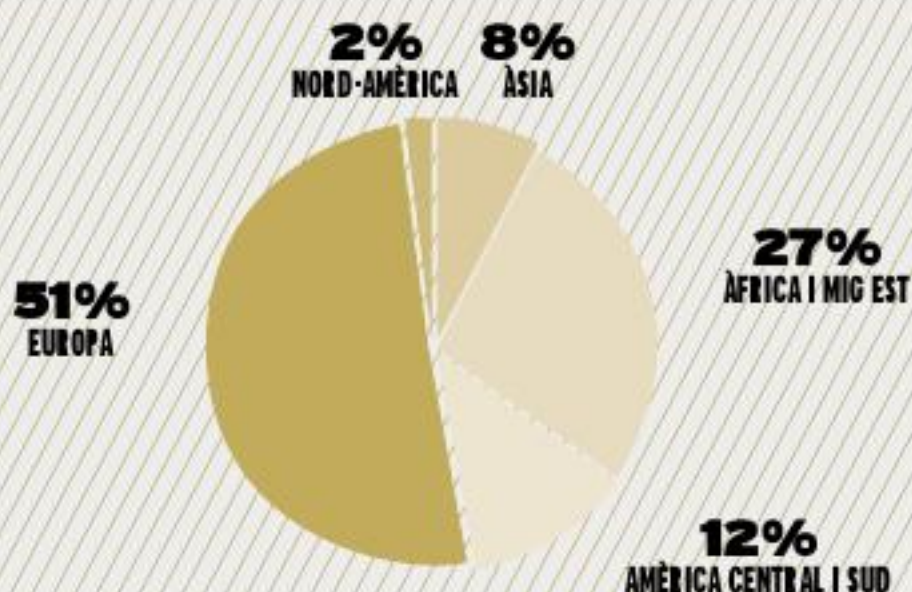
17% ESTAT ESPANYOL **83% ESTRANGER**



TOTAL EMISSIONS
FCB PER TEMPORADA

65.000 PARTITS** **127.000 HORES****

DISTRIBUCIÓ TOTAL DE TERRITORI



LA POSICIÓ DEL BARÇA ENTRE ELS TOP DEL MÓN JA ES CONSIDERA CONSOLIDADA

circumstancialment pugui ocupar la primera, la segona o la tercera posició del rànquing, fet que pot fluctuar. En la darrera dècada, el Barça, gràcies als èxits, la gestió de la marca, la comunicació dels seus valors, l'esforç comercial i també la projecció que proporcionen partners com, per exemple Nike (entre altres marques de referència), s'ha situat a l'elit dels clubs de futbol i està per quedar-s'hi. Un sentiment nascut a Barcelona, a Catalunya, que s'ha convertit en un sentiment d'abast global.

* Mitjana de les darreres temporades. ** Nombre de cops i hores en què s'han retransmès partits del Barça en diferents països i canals.

GIRES PER GLOBALITZAR EL CLUB

La voluntat d'internacionalitzar el Club ve de molt lluny i s'ha materialitzat de moltes maneres. En èpoques en què no era possible seguir el futbol a través de la ràdio o la televisió, els partits en directe eren vitals per fer-se present arreu. A banda dels partits a Europa, la primera gira important va ser la que va portar l'equip a l'Argentina i l'Uruguai a l'agost del 1928. En aquella expedició destacava Josep Samitier, que a l'Argentina afegia al seu reconeixement futbolístic la seva amistat amb el famós cantant de tangos Carlos Gardel, una circumstància que va afavorir molt el reconeixement del Club. La segona gira, el 1932, es va endinsar per terres d'Algèria, aleshores colònia francesa. Es va

fer al mes de maig, en plena temporada, i per això el Club va enviar el segon equip, reforçat per quatre jugadors del primer, en un viatge que es va allargar gairebé un mes i que va tenir un caràcter molt exòtic. En plena Guerra Civil es va fer la tercera gira, per Mèxic i els Estats Units, que va contribuir a popularitzar el Club, i també va ser molt útil per recaptar uns diners vitals en aquelles circumstàncies. A partir de la dècada del 1950 les gires es van fer més habituals, sobretot a Amèrica, on el futbol estava més desenvolupat. El fenomen, però, ha viscut una millora qualitativa en els darrers deu anys, a partir del moment en què s'ha sistematitzat la planificació per fer el gran salt al club global.

Carles Santacana



1937

- 1937:** Programa que promocionava els partits de la gira pels Estats Units.
1928: El porter Platko, un periodista, Josep Samitier i Carlos Gardel a Buenos Aires al mes d'agost del 1928, a la primera gira per Amèrica.
1962: Furgoneta amb propaganda del partit entre el Barça i el Barcelona Sporting Club de Guayaquil, a l'Equador, celebrat a la gira del 1962.
1974: Els jugadors Rifé, De la Cruz, Marcial, Rexach i Sadurní en un acte corresponent a un partit disputat a Casablanca, al Marroc.

AMÈRICA

1928	Tour Amèrica	Buenos Aires, Rosario, Montevideo
1937	Tour Mèxic i els Estats Units	Mèxic DF, Orizaba, Nova York
1953	Torneig Int. de Caracas	Caracas, Willemstad
1957	Torneig Int. de Caracas	Caracas
1962	Gira amistosos	Montevideo, Asunción, Guayaquil, Quito, Bogotá, Medellín, Cali, San Salvador
1963	Torneig i amistosos	Buenos Aires, Montevideo, Guadalajara, Mèxic DF
1964	Copa Confraternidad i amistosos	Buenos Aires, Córdoba, Lima, Mèxic DF, Guadalajara, Monterrey
1967	Torneig Centenari Caracas	Caracas
1969	Amistosos	Nova York, Chicago
1981	Copa Presidente i Copa Amistad	Mèxic DF, Guadalajara
1982	Amistosos i Torneo Presidente República Veneçuela	Santiago de Xile, Guayaquil, Barquisimeto
1984	Copa Transatlàntica	Nova York
1988	Inauguració Estadio Guayaquil	Guayaquil
2003	Gira amistosos	Boston, Washington, Filadèlfia
2006	Gira amistosos	Monterrey, Los Angeles, Houston, Nova York
2008	Gira amistosos	Chicago, Nova York
2009	Gira amistosos	Los Angeles, Seattle, San Francisco
2001	Tour EUA	Washington, Miami, Dallas

ÀSIA

2002	Amistós	Tailàndia
2004	Gira Àsia	Bangkok, Seül, Tòquio, Shizuoka, Xangai
2005	Gira Japó i Àsia	Tòquio, Macau
2007	Gira Àsia	Pequín, Tòquio, Hong Kong
2010	Gira Àsia	Seül, Pequín
2013	Gira Àsia	Bangkok, Shah Alam

ÀFRICA

1932	Gira amistosos	Orà, Alger, Mostaganem
1941	Gira amistosos	Ceuta
1943	Copa d'Espanya	Ceuta
1951	Copa d'Espanya	Tetuan
1952	Lliga espanyola	Tetuan
1961	Amistós	El Caire
1969	Trofeu Mohamed V	Casablanca
1974	Amistós	Casablanca
2001	Copa d'Espanya	Ceuta
2007	Centenari Al Ahly Amistós	El Caire, Pretòria
2010	Copa d'Espanya	Ceuta
2012	Amistós	Tànger



1928



1962



1974



SUPPORTER CLUBS IN THE
CONTINENTS



F Germán Parga - FCB

Josep Maria Bartomeu, davant del mur interactiu del Museu dedicat als aficionats del Barça arreu del món.

“La competitivitat global ja no és una mera qüestió esportiva”

Ketty Calatayud / Chemi Terés

Josep Maria Bartomeu acaba de complir un any com a president del FC Barcelona. Durant aquest temps s'ha prodirat en entrevistes a mitjans internacionals per potenciar la imatge del Club a l'exterior, conscient que aquest és un pilar estratègic que reverteix en el reforçament del posicionament del Barça entre els millors clubs del món.

Com es pot explicar que un club com el Barça, tan arrelat al seu país, Catalunya, tingui una dimensió tan internacional?

Des que es va fundar fa 115 anys, el Barça ha estat lligat a Catalunya, a la societat i el poble catalans, sense perdre mai una vocació internacional, que també forma part de la seva identitat. Els seguidors, independentment del seu origen, han entès aquest binomi Barça-Catalunya. A més, a l'estranger ens veuen com el millor ambaixador que té Catalunya al món i el Barça ajuda a transmetre la imatge del país, els seus valors, els d'una societat moderna, oberta, integradora, multicultural i compromesa.

Què creu que és el que més sorprèn del Barça a l'estranger?

La gent coneix els jugadors, sap que tenim un estil propi, que tenim un compromís social i solidari, però el que desconeixen molts, i se sorprenden molt en saber-ho, és que el Barça no és un club que és propietat d'un magnat o d'una gran multinacional, sinó que té 150.000 socis que en són els legítims propietaris. Són els que decideixen el futur de l'Entitat i ho fan amb un escrupolós esperit democràtic. El referèndum per a l'Espai Barça n'és un bon exemple. Això crida molt l'atenció, però com a club sentim que hem de continuar sent així. És una particularitat gairebé única.

I què creu que és el que més admiren del Barça a l'estranger?

Sens dubte el nostre futbol formatiu. La Masia s'ha convertit en una icona global i un exemple a seguir per a molts altres clubs i entitats arreu del món. I ho és no només perquè busquem l'excel·lència esportiva a

través d'un estil reconeixible, que tothom identifica amb el Barça, sinó perquè al mateix temps eduquem els joves amb uns valors que són els que ens defineixen com a club. Som pioners en aquesta formació integral i això ens fa ser també singulars en el món del futbol.

“ QUE ELS FANS SÀPIGUEN PER QUÈ SOM 'MÉS QUE UN CLUB' POT SER TAN IMPORTANT COM GUANYAR UNA CHAMPIONS. ELS TÍTOLS ELS GUANYA UN ANY UN EQUIP I UN ALTRE ANY UN ALTRE, PERÒ EL SEGELL D'UN CLUB I ELS SEUS VALORS COM A INSTITUCIÓ SÓN PER SEMPRE”

Creu que la sanció de la FIFA o la demanda del cas Neymar han afectat la imatge del Club en l'àmbit internacional?

Ningú al món, ni tan sols la FIFA, posa en qüestió el model formatiu del Barça, la Masia.

La sanció és desproporcionada amb la infracció comesa, que va ser tan sols administrativa. Ja hem dit que compartim l'esperit de la norma, però no el seu redactat, perquè no s'adapta a la realitat actual de l'esport. La FIFA té un problema que haurà de resoldre. Ha d'actualitzar-se i modernitzar-se, igual que ho fan altres institucions de referència, com el Comitè Olímpic Internacional (COI). Pensi que la regulació que realitza la FIFA en aquest sentit no s'aplica a cap altre esport. Amb aquesta norma, tal com està redactada, la història de Messi amb el Barça no hauria estat possible. Pot ser, a partir d'aquesta situació, a partir del que es comença a conèixer com a *cas Barça*, que es produeixi un canvi en la normativa. El Barça ha estat sempre capdavanter en moltes coses, i en això també ho serà. I sobre el *cas Neymar*, tal com vostè el denomina, el que li puc dir és que hem d'estar orgullosos de tenir amb nosaltres un dels millors jugadors del món. El seu joc, els seus gols i les jugades màgiques són una gran ajuda i un dels pilars actuals de la imatge del Club arreu.

Com pot competir el Barça amb altres clubs poderosos d'Europa en el mercat global?

A la gespa, tenint sempre els millors jugadors, i apostant pel nostre model formatiu. Però també competim als mercats. La competitivitat ja no és una mera qüestió esportiva, va molt més enllà. Per poder tenir els millors jugadors del món, unes plantilles que costen molts diners, els clubs necessiten patrocinadors per poder obtenir els ingressos necessaris. En el cas del FC Barcelona, parlem que per a aquesta temporada 2014/15 tenim un pressupost de 539 milions d'ingressos. Això exigeix un gran esforç comercial, i aconseguir un bon contracte de televisió, bons patrocinadors i poder fer realitat l'Espai Barça per treure molt més rendiment del Camp Nou.

Com s'aconsegueixen bons patrocinadors i apropar el Club als seus aficionats d'arreu del món?

Suposo que cada club té la seva estratègia. La nostra és associar la nostra marca, que és molt valuosa, amb marques de prestigi mundial, però també buscar patrocinadors regionals i locals que ens ajudin a apropar-nos als fans de cada país. També són importants les gires que fem durant la pretemporada amb l'equip, que ens permeten tenir un contacte directe entre els jugadors i els fans. Volem que els aficionats que tenim repartits pel món coneguin el Barça, perquè, com més ens coneguin i sàpiguen de nosaltres, més ens estimaran.

La Fundació ha subscrit aliances amb altres grans fundacions internacionals. Com influeix en la globalitat del Club?

Per a nosaltres és molt important que la Fundació ajudi els infants més vulnerables i que contribueixi a educar els nens i els joves amb els valors de l'esport. Ho fem a casa nostra, amb projectes com *FutbolNet* i *BarçaKids*, que estan presents en molts municipis i escoles de Catalunya. Però també són importants aquestes aliances internacionals que ajuden a

difondre els nostres valors i la nostra imatge al món. El Barça manté el seu compromís amb l'Unicef, que porta al dors de la samarreta i que rep del Club 1,5 milions d'euros anuals. Aquesta és una aliança consolidada i que potenciem amb accions com el *I in II*, una campanya global per millorar l'accés a l'educació dels nens. També treballem amb el COI per portar la metodologia del *FutbolNet* als nens africans, i amb la Fundació Bill & Melinda Gates per eradicar la pólio al món. Veure Bill Gates vestir la samarreta blaugrana i sentir-li dir que cap organització esportiva del món té la passió pels temes socials que té el Barça és un motiu d'orgull.

Fins a quin punt és important tenir Messi, Neymar, Suárez, Iniesta, etc, per guanyar-se l'estima dels fans d'arreu?

És importantíssim. Tenir els millors jugadors del món provoca una gran admiració, obre finestres d'oportunitat perquè els aficionats coneguin el Barça. Per això també és molt important que, a més de la seva qualitat i

talent, els jugadors reflecteixin els valors que defensa el Club. Messi, per exemple, és el millor jugador del món i sempre té un comportament impecable dins el camp, mai es queixa, mai té un gest de supèrbia, sempre es mostra humil i solidari.

I guanyar?

Lògicament, als aficionats de qualsevol club els agrada guanyar. Si el seu equip guanya, són feliços. Però un bon aficionat, un aficionat fidel que estima el seu club i sent els colors, estarà sempre amb el seu equip, guanyi o perdi. Per això és important que els aficionats del món coneguin el Barça, se sentin identificats amb la seva manera de jugar, de fer les coses, amb aquests pilars identitaris que sempre hi seran. Que els fans sàpiguen per què som *més que un club* pot ser tan important com guanyar una Champions, perquè els títols els guanya un any un equip i un altre any un altre, però el segell d'un club i els seus valors com a institució són per sempre.



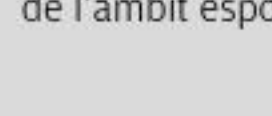
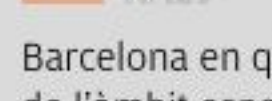
ENTREVISTES AMB MITJANS DE REFERÈNCIA

Una de les prioritats de la Junta Directiva durant aquest darrer any ha estat la de potenciar el FC Barcelona a l'exterior. Això s'ha traduït, entre altres iniciatives, a explicar l'actualitat i la realitat del Barça en mitjans de comunicació que són referents en l'àmbit mundial mitjançant entrevistes a qui és el màxim portaveu del Club, el president Josep Maria Bartomeu.

Els mitjans han estat nombrosos, de països i territoris ben diversos, però quasi tots ells amb una audiència global que ha permès que el missatge arribés a un gran nombre de seguidors d'arreu del món.

En l'apartat televisiu Bartomeu ha concedit entrevistes a mitjans temàtics esportius com Sky Sports de Gran Bretanya, Fox Sports Cono Sur, ESPN -televisió amb una forta presència a tot el continent americà- o BeIn Sports, el canal esportiu de la cadena Al Jazeera. Però també ha estat present a les grans cadenes generalistes com la CNN o la BBC, dos dels mitjans de comunicació més influents arreu del món.

Entre la premsa escrita trobem les entrevistes al diari britànic *The Times*, al francès *L'Équipe*, -en aquest cas va incloure una visita a la seu central de la publicació a París-, o a l'holandès *De Telegraaf*. Més recentment el *Financial Times* i el *Wall Street Journal*, els dos diaris econòmics més influents del món, han pogut conèixer de primera mà les impressions del president del FC Barcelona en qüestions que anaven més enllà de l'àmbit esportiu.





UNA ESTRATÈGIA COMERCIAL A LA MESURA DE LA GRANDESA DEL BARÇA

En quatre anys i mig, el club blaugrana ha passat de 5 a 29 patrocinadors internacionals, que ja suposen un 85% dels ingressos de màrqueting

**JAVIER FAUS**

Vicepresident primer. Àrea Econòmica.

Al mes de juliol del 2000, quan el president Joan Gaspart va presentar Llorenç Serra Ferrer com a entrenador, el patrocinador principal i gairebé únic del Barça era Nike.

La Junta Directiva del president Gaspart va donar un primer impuls comercial, i així al mes de juliol del 2003, quan el president Joan Laporta va presentar Ronaldinho i Rijkaard, el Club ja comptava amb sis patrocinadors oficials, dels quals només un era internacional: Nike. La resta eren Televisió de Catalunya, Coca-Cola, Telefónica, Damm i "la Caixa". El programa de patrocini es completava amb la categoria de proveïdors oficials, entre els quals n'hi havia dos de nacionals (RACC i Sanitas) i dos d'internacionals (Fujifilm i Toshiba).

El Barça, sota el mandat del president Laporta, va avançar en la internacionalització de l'estratègia de màrqueting. Al juny del 2010, el president Sandro Rosell s'estrenava al capdavant del Club amb una herència de cinc patrocinadors internacionals (Nike, Audi, Turkish Airlines, Etisalat i Betfair). El Barça, sens dubte, havia fet un salt endavant.

Però n'hi havia prou en un entorn cada dia més competitiu i globalitzat? Aquesta Junta Directiva va considerar que el Barça encara necessitava molta més presència mundial i va incloure en el seu pla estratègic la internacionalització del Club i la seva marca. Quatre anys i mig després, el Club ha passat de 5 a 29 patrocinadors internacionals, que ja suposen un 85% dels ingressos de patrocini del Club. Avui el Barça està present en els cinc continents, tal com veiem en el gràfic adjunt.

Tot això s'ha aconseguit seguint un full de ruta molt planificat, i que es podria resumir en:

- **Presència de 360 graus en els mercats seleccionats.**

Històricament, el Club tancava gires, amistosos o contractes sense una estratègia global. Ara definim una estratègia per a un mercat, i hi donem suport amb totes les nostres eines a l'abast.

- **Hem potenciat les webs en diferents idiomes, passant de tres llengües a nou.**

Avui el Barça és el club que ofereix més webs, en concret: català, castellà, anglès, francès, portuguès, japonès, xinès, indonesi i àrab. A més, hem millorat aquestes webs, que han deixat de ser meres traduccions a tenir continguts adaptats a les preferències i necessitats dels aficionats als quals van adreçades.

- **Hem creat patrocinis segons les categories de producte.**

Així, per exemple, Damm era, i és, el nostre principal patrocinador en la categoria de cervesa. Però vam veure que Damm, tot i ser una marca internacional, no cobria el mercat global. I vam pactar amb el nostre patrocinador que permetés al Club alliberar els territoris que no suposen una competència per a l'empresa. Avui Damm comparteix la categoria cervesa amb Tecate a Mèxic, Chang al Sud-est Asiàtic i Castle en 13 països africans. I el Barça ha aconseguit un doble benefici: doblar la quantitat ingressada per la categoria cervesa i estendre la seva marca en aquests països. És un èxit comercial per al Club veure el metro de Bangkok amb els colors del Barça, per exemple.

- **Més presència en àrees estratègiques.**

El Barça va obrir el 2013 una oficina a Hong Kong per optimitzar el mercat asiàtic i té previst obrir properament una altra oficina a Nova York.

- **Estem consensuant campanyes amb els jugadors i les seves xarxes socials.**

Els jugadors són el nostre principal actiu, i ambdues parts hem de treballar conjuntament i buscar sinergies que siguin beneficioses per a ells i per al Club. Queda molt recorregut per davant, però estem començant i anem pel bon camí.

- **I finalment hem cuidat els mitjans estrangers, que són les nostres antenes fora de casa.**

En aquest sentit, s'han concedit més de 300 entrevistes a mitjans de tot el món des de l'any 2010, insistint en la idea de què és el Barça, què significa ser més que un club, quin treball duu a terme la Masia, la nostra Fundació, com s'ha capgirat la situació econòmica que tant va preocupar fa anys, etc.

Aquest esforç en innovació, patrocini i visibilitat internacional ha permès al Barça, durant aquests últims anys, competir amb els grans d'Europa, passar a liderar la Lliga global de la indústria del futbol, i emprendre fitxatges emblemàtics com els de Neymar i Luis Suárez. Aquests fitxatges són els que al seu torn asseguren la continuïtat de l'excel·lència esportiva durant els propers anys.

Amb l'esforç de tots hem aconseguit posicionar el Barça com una de les primeres marques globals i mundials del futbol i l'esport en general. Això, que sembla fàcil, és l'assoliment a un esforç comú de tots, i és un èxit que fins fa uns anys era vedat reservat d'altres clubs, als quals els culers sempre miràvem amb respecte. Qui no es recorda dels mítics Liverpool, Bayern de Munic o AC Milan, equips llegendaris? Avui el nostre estimat Barça està entre els millors pel que fa a prestigi internacional, i això, que ha estat gràcies a l'esforç de tots, ha de ser motiu d'orgull.

Podria semblar que estem ja satisfets. Però no és així. No volem caure en el conformisme i l'autocomplaença. El Barça només és a la meitat del camí. Queden cinc anys per posicionar la marca i el Club on es mereix. Competim amb la Premier i amb nous propietaris amb pressupostos il·limitats. Per mantenir-nos en l'elit, i seguir creixent, el Club ha de continuar invertint en la seva globalització. Tot això mantenint sempre les seves arrels, la seva catalanitat i el seu esperit fundacional.

Hem d'atacar amb més determinació, si és possible, la presència a les xarxes socials, i ho hem de fer de la mà dels nostres jugadors. Hem fet molt, i som líders, però hem de fer més perquè tenim capacitat per a això i milions de seguidors que esperen que el Club satisfaci la seva demanda i el seu desig d'estar a prop del Club i dels seus ídols. El món *on-line* creix i canvia a passes de gegant. El Barça ha d'estar molt atent i mantenir aquest estatus en el top dels clubs del futbol mundial. No hi haurà marca global sense una presència global a la xarxa.

Hem d'obrir-nos més al mercat americà, i d'aquí la decisió d'obrir



EVOLUCIÓ DELS INGRESSOS DE MÀRQUETING (MILIONS D'EUROS)



una oficina de Nova York. Els Estats Units segueixen sent el bressol de moltes de les marques més innovadores del món. Així com el país seu de Nike, el nostre principal soci. Amb el que qualsevol estratègia passa per potenciar la nostra presència en aquell país.

I finalment, continuar amb la política proactiva i decidida de sumar socis regionals, amb el suport de les nostres oficines a Hong Kong i la futura seu a Nova York.

Tot això amb un únic objectiu, que va molt més enllà del fet econòmic: mantenir l'excel·lència esportiva del primer equip, del futbol formatiu, de les seccions, mantenir l'estructura de la Masia, seguir finançant els projectes de la Fundació, mantenir els abonaments més econòmics del nostre entorn, i tot això reduint el deute històric del Club i fent caixa per escometre l'Espai Barça, el gran projecte ratificat pels socis al mes d'abril passat i que tant ens il·lusiona a tots.

PARTNERS AL MÓN



EL PRIMER PATROCINADOR OFICIAL BRASILER ARRIBA DE LA MÀ DE NEYMAR JR

Durant el gener passat, el FC Barcelona va signar el primer patrocinador oficial brasiler de la seva història, Tenys Pé Baruel, el desodorant de peus número u per a Neymar Jr i la selecció brasilera. Aquest és també el primer contracte de patrocini fruit de l'acord signat recentment amb NR Sports, que gestiona la imatge de Neymar Jr des del 2006 i pel qual aquesta empresa capta en exclusiva els patrocinis del Club al Brasil. El fet que Baruel sigui també patrocinador del jugador brasiler permetrà sinergies úniques en un territori on el FC Barcelona ja compta amb un gran seguiment a les xarxes socials. L'anunci del patrocini es va fer a la Ciutat Esportiva en una roda de premsa que va comptar amb la presència del vicepresident econòmic del Club, Javier Faus, el jugador Neymar Jr, el president de Baruel, Silvio Roberto de Moraes, i el seu director general, Daniel Tiraboschi.





***Perquè no és
només futbol***



"la Caixa", des de sempre, dona suport a l'esforç i als valors d'esperit de superació i treball en equip



L'oficina del FC Barcelona a Hong Kong respira una definida estètica blaugrana. A la imatge inferior dreta, el vicepresident Javier Faus amb l'equip que hi treballa.

L'oficina del Barça a Hong Kong

El Club va obrir el 2013 una seu per explotar el mercat de l'Àsia Pacífic, la zona amb més fans blaugrana i que concentra el 60% de la població mundial

Ketty Calatayud

El mercat asiàtic constitueix el gran objectiu dels clubs top del món del futbol pel seu enorme potencial comercial. En aquesta zona del món es concentra el 60% de la població del planeta i és on el Barça concentra més seguidors, segons els estudis de les empreses especialitzades, com Repucom. L'estratègia comercial de la Junta Directiva, encaminada a aconseguir més ingressos de l'explotació de la marca Barça en mercats emergents, va portar el Club a la decisió d'obrir un *head quarter* per l'Àsia Pacífic a la ciutat de Hong Kong al setembre del 2013.

Les diferències culturals entre orient i occident són notòries, però si a més sumem la distància física (més de 10.000 quilòmetres) i la diferència horària (7 hores), l'obertura d'una oficina era essencial per tenir una presència al territori que permetés establir relacions personals i aprofitar comercialment la presència de tants fans.

El Barça es convertia així en el primer club de l'estat espanyol a obrir una oficina estable fora del territori i en el segon club al món amb un quarter general a l'Àsia, després del Manchester United. Altres clubs, sobretot anglesos, tenen oficines de representació, però cap amb una estructura d'aquesta magnitud.

La ciutat escollida per establir aquest quarter general és l'illa de Hong Kong, exactament a l'edifici SingPao, al número 8 de Queen's Road, al districte Central. Hong Kong representa un escenari neutral, amb un bon entorn per fer-hi negocis, i des del punt de vista logístic, compta amb un aeroport que és un dels *hubs* més importants del continent asiàtic.

Vuit persones de sis nacionalitats

L'oficina del Barça disposa de 220 m² i té unes instal·lacions modernes i funcionals, amb una reconeguda estètica blaugrana. Compta amb una entrada en què es pot llegir en grans lletres *més que un club* i una *showroom* on es poden visionar els grans gols dels cracs i moments importants de la història recent del Club.

Actualment, a l'oficina hi treballen vuit persones, de sis nacionalitats diferents. Aquesta diversitat cultural permet dominar fins a 11 idiomes, entre els quals hi ha el xinès, però també el japonès, el tailandès o el coreà, tot i que la llengua comuna de tots és l'anglès.

Després de l'assentament del primer any, l'activitat comercial està sent molt activa i el Club confia que continuaran els bons

resultats obtinguts fins ara. Actualment, el FC Barcelona té com a patrocinadors asiàtics a Panasonic i Apamanshop del Japó; Suning de la Xina; Indosat, Advan Mobile, Head & Shoulders, d'Indonèsia, i Chang Beer de Tailàndia, dels quals la meitat s'han signat després de l'obertura de l'oficina de Hong Kong. L'oficina també ha contribuït a renovar a l'alça dos contractes que el Club tenia signats amb anterioritat, com són Panasonic i Head & Shoulders.

D'altra banda, el FCB ha signat un acord estratègic amb IMG perquè la multinacional americana representi en exclusiva els interessos comercials del Club a la Xina. L'acord, inclou l'estratègia comercial i de marca, patrocini, partits amistosos i viatges.

NOVA YORK ESPERA

La bona experiència de l'oficina de Hong Kong ha fet que la Junta Directiva aprovés el 23 de desembre passat obrir una delegació a Nova York per explotar el mercat americà.

El camí del lideratge a les xarxes socials

Així el Barça ha construït el seu model digital, un cas d'èxit que potencia el sentiment blaugrana arreu del món a través dels perfils socials i de la interacció amb els seus seguidors

Miquel Pellicer

El maig del 2011 es proclama campió d'Europa a Wembley. Aquell dia es produeixen més de 6.000 piulades per segon a Twitter durant els noranta minuts del partit. Aficionats d'arreu del món celebren la victòria blaugrana amb més de mig milió de mencions sobre el Barça a la principal xarxa social de *microblogging*.

El Barça global arriba arreu del món gràcies al món digital i, en particular, a través de les xarxes socials. En aquest àmbit, el Barça és la primera entitat esportiva del món. Però, com s'ha gestat aquest lideratge?

"El més visible són els números -afirma Dídac Lee, directiu de l'Àrea de Mèdia i Comunicació i responsable de Noves Tecnologies-, però al darrere hi ha una estratègia de fons que és buscar la fórmula per ser un club global i arribar a més gent. El món digital i les xarxes socials són les eines per potenciar aquesta fórmula". Durant les darreres cinc temporades el Barça ha gestionat perfils oficials a Twitter, Facebook, Google+, Instagram, LINE, Pinterest, Daily Motion i les xineses Tencent Weibo i Sina Weibo.

L'inici

El llarg camí de l'estratègia digital del FC Barcelona comença a finals del 2010 quan es crea el Departament On-line. El Departament neix amb vocació de servei i connectivitat a tota l'Entitat. Es tracta d'aprofitar les sinergies i liderar l'estratègia digital. Aquesta estratègia passa, segons Lee, per tres grans àrees: "Creació de continguts adequats a cada territori a través dels webs internacionals; les xarxes socials per distribuir aquest contingut i generar *engagement* -compromís- mitjançant les

aplicacions mòbils, iniciatives promocionals i gestió de la comunitat de fans".

En aquest sentit, en aquest primer període s'intensifica la feina per posar a punt una nova plataforma web del FC Barcelona i per potenciar les xarxes socials. Els perfils oficials s'havien creat al llarg del 2009. Dos anys després, en els primers sis mesos del 2011 es dupliquen els seguidors a la pàgina oficial de Facebook. En aquells moments, Leo Messi protagonitza *Busquem el 10*, la primera campanya enfocada per a la principal xarxa social del món quan el Club assoleix els deu milions de fans a Facebook.

Daniel McLaren, expert en màrqueting digital esportiu, considera que aquesta xifra demostra que el Barça "feia rècords a nivell de xarxes socials quan això semblava simplement un caprici innovador". "Des de llavors -continua McLaren- es nota que l'estratègia del Barça passa per tenir la capacitat d'entendre els beneficis a llarg termini i confiar a treure'n el màxim profit".

D'altra banda, a Twitter, els comptes en català, castellà i anglès registren unes xifres d'increment al voltant del 850% i es consoliden campanyes al voltant d'etiquetes -convertides en *trending topic* en català- com #Pep40, #animas-bidal o #campionsFCB.

L'estratègia digital iniciada pel Departament On-line es consolida amb l'estrena al novembre del 2011 de la nova plataforma web, canviat el disseny i, sobretot l'estructura d'una plataforma amb més de 6.000 pàgines. Així el web es converteix en una font d'informació i gaudi per als aficionats d'arreu del món.

Aquest nou web en català, castellà i anglès creixerà durant els mesos següents incorporant nous idiomes: xinès (juny 2012); francès i àrab (juliol 2012); japonès (desembre 2012); indonesi (maig 2013); portuguès (octubre 2013), i es consolidarà la plataforma web en nou idiomes diferents amb continguts propis per a cada país o regió. Cada nova web ha comportat l'estrena dels perfils socials respectius i la potenciació de missatges a través de les xarxes socials, sobretot a Twitter, Facebook i YouTube.

Sunny Cadwallader, experta en màrqueting digital, valora l'estratègia del Barça quant a mitjans socials "perquè com a marca global has de parlar literalment el mateix idioma que els teus fans". Cadwallader subratlla la importància de tenir xarxes socials en múltiples idiomes "perquè els fans poden accedir a informació en una llengua que entenen". Aquests trets lingüístics "demostrin que al Barça li importen els seus fans i que intenta pensar de la mateixa manera que els fans", afirma Cadwallader, reconeguda consultora als Estats Units.

A més, la plataforma web es reforça amb la millora dels serveis

“

EL BARÇA NO ESPERA QUE LA GENT VINGUI, SINÓ QUE VA A CERCAR ELS SEUS FANS DE FORMA PROACTIVA”

DÍDAC LEE



2010

OCTUBRE
5 milions de fans a Facebook

2011

DESEMBRE
Creació del Departament On-line.

JUNY
El Barça se suma a la campanya #twitterencatalà i ajuda activament que Twitter es tradueixi al català.

NOVEMBRE
Estrena de la nova plataforma web

2012

FEBRER
Signatura d'acord de col·laboració amb la Mobile World Capital

FEBRER
Concurs Catalunya Turisme a la Xina: Més d'11.000 xinesos hi participen enviant fotografies i vídeos sobre el Barça.

JUNY
El FC Barcelona, nomenat millor club esportiu del món en la gestió de xarxes socials segons The Social Star Awards



de compra d'entrades i l'e-commerce oficial. D'altra banda, es potencia la venda i la distribució de continguts a més de 40 països gràcies a les aliances amb Binbit i Tencent (la Xina), així com es reafirma el compromís amb el sector mòbil gràcies a l'acord amb la Mobile World Capital i el programa FCB Apps. "Hem passat de cinc a 30 milions d'euros en les darreres temporades respecte als ingressos generats en l'àmbit digital", assegura Dídac Lee.

Model d'èxit

Durant el 2012 i el 2013 la feina del Club a l'àmbit de les xarxes socials és reconeguda. El FC Barcelona és nomenat millor club esportiu del món en la gestió de les xarxes socials en rebre el premi a The Social Star Awards 2012 i 2013, per davant del Reial Madrid, el Manchester United i el Chelsea.

El febrer del 2014 el Barça es converteix en el primer club esportiu del món que assoleix els 100 milions de fans a les xarxes socials. Aquesta xifra referma el seu lideratge en l'àmbit 2.0 i mostra la potència del Club en aquest sector: i és que el Barça guanya cada dia de mitjana més de 100.000 seguidors entre els 30 canals

canals en els seus perfils socials, reforçant la seva plataforma de vídeos i els seus canals asiàtics: Vine, Dailymotion, Wechat, Sina Weibo, Tune in, així com l'Instagram oficial de les seccions professionals del Club. El Club ha tancat l'any amb més de 175 milions de fans en els diferents perfils socials, fent que l'estratègia no sigui només una qüestió del passat sinó una motivació futura per als pròxims anys.

LA WEB ESTÀ EN 9 IDIOMES I POTENCIA ELS CONTINGUTS PROPIS DE CADA PAÍS

oficials repartits a Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Google+, Sina Weibo i Tencent Weibo. "Aquests 100 milions són la demostració

que no apostem per un canal, sinó que busquem els usuaris allà on són. El Barça no espera que la gent vingui, sinó que va a cercar els seus fans de forma proactiva", afirma el directiu responsable.

Els 100 milions, no obstant, no són el sostre digital del Barça. Els darrers mesos han servit per consolidar l'estratègia. Cada dia del darrer any, el Club ha incrementat la seva massa social en xarxes socials en més de 186.000 persones.

El 2014 el Barça ha obert sis nous

2013

2014

I Fátima Moreno

OCTUBRE

Primer **hangout** amb **Gerard Piqué**, primera iniciativa de #CampNouLive per apropar els jugadors als fans d'arreu del món.

JUNY

Per segona vegada, el Barça, nomenat per The Social Star Awards com a **millor club esportiu en la gestió de xarxes socials**.

OCTUBRE

Estrena **web en portuguès**. Es consolida el model de plataforma web en **9 idiomes** diferents.

NOVEMBRE

Entrevista a **Cesc Fàbregas** a través de Facebook amb els fans. L'esdeveniment genera més de **230.000 llikes**.

FEBRER

El Barça supera els **100 milions de fans** arreu del món a les xarxes socials.

NOVEMBRE

Obertura de **sis nous canals** en els seus perfils socials, reforçant la seva plataforma de vídeos i els seus canals asiàtics: **Vine, Dailymotion, Wechat, Sina Weibo, Tune In**, així com l'Instagram oficial de les **seccions professionals** del Club (@fcbseccions).

DESEMBRE

Es tanca l'any amb més de **175 milions de fans**.

Les xifres del Barça digital



FACEBOOK

Els països amb més fans del Barça a Facebook:

Indonèsia	8.622.771
Mèxic	5.149.029
Brasil	4.933.890
Índia	3.050.733
Estats Units	3.045.452



#Playhandbol
#PlayPalau #Playhoquei
#Playfutsal #igersFCB #FCBLive
#fcbarcelona
#FCBWorld #FansFCB #VineFCB
#skillsFCB #Playbasket
#TeamFCB



TWITTER

Els països amb més seguidors a @fcbarcelona:

Indonèsia	1,40 M
Turquia	1,09 M
Estats Units	720 k
Espanya	697 k
Mèxic	569 k



18 MILIONS A LES XARXES

**UN EQUIP
D'AMBAIXADORS
DEL CLUB**



338 M DE FANS SEGUEIXEN ELS JUGADORS DEL BARÇA

AUDIÈNCIA WEB GLOBAL



Pàgines vistes
360.058.951



Usuaris únics
69.007.322

44

PERFILS
SOCIALS

FACEBOOK • 9

fcbarcelona	81.913.678
FCBbasket	2.591.099
fundaciofcb	1.274.561
FCBMasla	533.380
FCBFutbolSala	3.716.824
BarçaTV	3.958.753
FCBHandbol	3.923.491
FCBHoquel	4.426.407
FCBPenyes	3.186.831

TWITTER • 16

fcbarcelona	13.997.362
fcbarcelona_es	7.626.046
fcbarcelona_cat	4.739.234
fcbarcelona_ara	194.614
fcbarcelona_jap	121.158
FCBmasla	371.554
FCBbasket	408.678
FCBfutbolsala	237.183
FCBhandbol	221.125
FCBhoquel	167.303
FCBPenyes	129.210
fcbarcelona_id	201.383
FCBtv	92.879
fcbarcelona_fra	140.567
fcbarcelona_br	202.532
FCBescola	40.596

YOUTUBE • 2

fcbarcelona	1.640.945
barcatvoficial	73.549

INSTAGRAM • 2

fcbarcelona	6.370.525
fcbseccions	9.553

PINTEREST • 1

fcbarcelona	8.164
-------------	-------

GOOGLE+ • 1

+FCBarcelona	7.686.480
--------------	-----------

TENCENT • 1

FCbarcelona	3.418.892
-------------	-----------

SINA • 1

fcbarcelona	4.519.515
-------------	-----------

VINE • 1

fcbarcelona	112.023
-------------	---------

DAILYMOTION • 1

fcbarcelona	2.199
-------------	-------

TUNEIN • 1

Ràdio Barça	12.325
-------------	--------

LINE • 6

Line ENG	12.794.547
Line ESP	4.711.576
Line JP	4.206.858
Line CAT	275.210
Line BR	305.125
Line ID	1.776.596

BBM • 1

BBM	408.235
-----	---------

WECHAT • 1

wechat	5.975
--------	-------

2014

L'ANY AMB MÉS FANS DE LA HISTÒRIA DEL CLUB

Més de **68** MILIONS DE NOUS SEGUIDORS

Els 9 perfils de FACEBOOK han guanyat més de **45** MILIONS DE NOUS SEGUIDORS

El compte global a FACEBOOK s'ha incrementat

30 MILIONS DE NOUS SEGUIDORS

Els 16 comptes del Barça a TWITTER han crescut

5,8 MILIONS DE NOUS SEGUIDORS

El compte global a TWITTER ha sumat

2,8 MILIONS DE NOUS SEGUIDORS

A INSTAGRAM el Barça ha crescut més de **4** MILIONS DE NOUS SEGUIDORS

A la Xina el Barça suma més de **7** MILIONS DE SEGUIDORS

Indonèsia és el país que té més fans de FACEBOOK i de TWITTER del Barça



FES-TE FAN DEL BARÇA

DE FANS EN LES SOCIALS

FCB WEB EN 9 IDIOMES



CATALÀ
CASTELLÀ
ANGLÈS
FRANCÈS
XINÈS
JAPONÈS
ÀRAB
INDONESI
PORTUGUÈS



体坛周报 TITAN SPORTS



FCB no només és un club esportiu

El Barça és una finestra a través de la qual es pot conèixer millor la ciutat, el seu paisatge mediterrani i la seva cultura brillant. Encara em recordo d'un lector nostre. Quan el vaig conèixer, ell estudiava en una escola secundària de Pequín. Em comentava la bellesa de la ciutat de Barcelona, de la Sagrada Família, també de Montjuïc... Em sorprenia com un estudiant que mai havia estat aquí, coneixia tant una ciutat estrangera i llunyana. Li preguntava com sabia tantes coses i deia que era gràcies al Barça. Segons ell, un aficionat del Barça té l'obligació de conèixer els detalls de la seva ciutat, a més que aquests coneixements fan que se senti molt a prop del Club. Aquell dia, jo gaudia de la seva presentació de la ciutat, no només perquè ho feia com si fos un guia veterà i professional, sinó que ho feia amb tota la seva il·lusió. Tot això gràcies a la màgia del Barça.

El Barça és un llibre a través del qual s'ensenyen i es promouen els seus grans valors. Durant les diverses gires que el Club fa a la Xina, no és estrany veure els seus fans xinesos cantar l'himne en català. Segons ells, el Barça significa art perquè el club va néixer en una terra on mai falten els artistes impressionants. Segons ells, significa llibertat i lluita perquè en els moments durs de la història, ni el Club ni el seu poble es rendeixen davant les forces de la dictadura. Segons ells, significa victòria perquè per molta dificultat i complexitat que hi hagi, l'equip sempre surt per totes. Segons ells, significa humilitat i respecte perquè s'aprecia qualsevol rival i s'aprèn de qualsevol partit.

El Barça és una fe a través de la qual es demostra i s'interpreta una força increïble. Quan el Barça ve a la Xina, els aficionats pot ser que hagin estat el dia sencer esperant al vestibul de l'hotel només per aconseguir un autògraf del seu jugador preferit o simplement per saludar l'equip amb només un crit: "Visca el Barça!". A causa de la diferència horària, els seguidors es lleven a la matinada per seguir els partits, fins i tot quan no hi ha retransmissió televisiva es conformen amb una retransmissió *on-line* per tal de no perdre-se'n cap. També recordo una aficionada. Quan ella va visitar per primera vegada el Camp Nou, en veure el panorama fantàstic de l'Estadi va començar a tremolar i després es va posar a plorar. Posteriorment, m'explicava que en aquell moment sentia una gran emoció que no la podia controlar i que això seria un moment i una experiència inoblidable de la seva vida, més que la d'un somni fet realitat.

Per descomptat, hi ha altres descripcions de FC Barcelona, com per exemple: amor, passió, espectacle, eternitat, etc. Costa fer un resum integral perquè als ulls de cada persona que estima aquest club hi ha un Barça seu, particular, especial i únic. Tot i així, hi ha una cosa comuna a tots: quan es decideix ser un aficionat del Club en el seu moment més àlgid, també decideix no deixar de ser-ho mai en el seu moment més complicat. Una frase ben coneguda entre tots els culers de la Xina. Una promesa que ho diu tot. Així és el sentiment blaugrana que sentim aquí. Al camp, el Barça és sinònim de bellesa i fora del camp, ho és de moltes més coses. Això és el motiu essencial que ens fa sentir tan a prop del Club encara que la seva seu física s'ubiqui en una ciutat que està a 10.000 quilòmetres.

LUO MING Subeditor del diari *Titan Sports* (Xina)

El nirvana del futbol

És estrany que una institució esportiva pugui dir que causa impacte a tot el món, abastant 15 mil quilòmetres de distància. Però el FC Barcelona no és sinó una molt rara institució esportiva, cosa que fins i tot la comunitat australiana de futbol ha arribat a reconèixer.

Atrapats en el cicle predominantment britànic de la forma física expressada a través del futbol, Austràlia buscava un enfocament alternatiu que es basés menys en la fortalesa i l'aptitud esportiva per la qual la nostra nació de 22 milions és famosa, i més en la tècnica i la intel·ligència, i el Barça amb la seva intervenció oportuna hi ha jugat un paper fonamental. Va arribar l'era de la dominació i la puresa del futbol, que no només va fer vibrar el món, sinó que va aixecar el joc a nous nivells, filosòficament i estèticament.

Però com que la major part del món es va meravellar de la fluïdesa, del moviment, de la valentia ideològica i de l'enteniment compartit de l'equip màgic del Barça d'en Pep Guardiola, Austràlia en va prendre nota. Hem discutit, hem analitzat i hem elogiat el futbol més fascinant



sky SPORTS



Tota una evolució

Sóc afortunat d'haver estat comentarista dels partits de la Lliga i la Lliga de Campions per a l'audiència televisiva de parla anglesa durant gairebé 20 anys. Ja el 1996, quan Sky Sports em va cridar per demanar-me que comentés els partits en viu, el meu primer punt de contacte va ser Bobby Robson. Vaig tenir l'honor de ser convidat per rodar un dia a la vida de *Mister Robson*.

Aquesta visita inicial ja ens va donar una idea de l'enormitat del FC Barcelona. El senyor Robson ens va portar pel túnel fins a l'increïble Camp Nou. Ell havia aconseguit l'èxit en un club de la ciutat rural anglesa d'Ipswich Town i ho va resumir perfectament: "Hi haurà prop de 98.000 mil persones a l'interior d'aquest estadi aquesta nit, això és gairebé la població d'Ipswich, i si no guanyéssim aquesta nit, tots ells demanarien el meu cap!"

En la dècada dels 80, l'excel·lència va ser descrita just com "veure el Brasil". Ara, si es vol fer el millor elogi, es diu que és "com veure el Barça".

Gairebé cada afeccionat té com a favorit un club de la Premier Lea-

CRAIG FOSTER SBS Television, analista, autor i columnista (Austràlia)

i apreciable vist per una creixent comunitat d'entusiastes de tota la nostra experiència futbolística.

I les idees han arrelat.

Quan en Valdés va regalar la pilota al Madrid i tot i colpejat per l'error va continuar jugant, va demostrar un compromís filosòfic ferm, i va donar als joves porters força per fer el mateix. Quan el Barça anava a tomba oberta i ho arrasava tot al seu pas, feia que els nostres joves entrenadors se sentissin encoratjats perquè els seus equips fessin el mateix. Quan en Messi va jugar com a fals davanter centre o fals nou, hauríem pogut esperar veure el mateix. Quan en Pep va anar canviant entre diferents sistemes entre i durant els partits, els nostres entrenadors es van sentir animats a seguir el seu exemple fent el mateix.

L'elecció del moment va ser perfecta.

Però Austràlia no pot respectar només la bellesa, perquè en l'esport sempre valorarem la victòria. Al cap i a la fi, és per això que el Barça era el model perfecte. Bellesa i èxit. El nirvana del futbol.



ROB PALMER Comentarista de La Liga a Sky Sports (GB)

gue, un club menor de la Lliga local i en última instància, un club de la Lliga. I la majoria sent admiració pel FC Barcelona.

Atès que el mantra britànic va ser predominantment un futbol atlètic amb els jugadors més preparats físicament per damunt de la preparació tècnica, s'ha produït un canvi de mentalitat. A les escoles juvenils de tot el Regne Unit estan tractant d'imitar les bases d'habilitat i exemples del FC Barcelona. Es pot tenir la presència física de Busquets i la bravesa de Puyol, però hi ha llocs per a futbolistes més petits i hàbils gràcies als exemples de Xavi i Iniesta.

No cal dir que el Camp Nou és un estadi que cal veure. Al Regne Unit el futbol és gairebé una religió i pel turista britànic el Camp Nou és tan important com qualsevol catedral.

Quin efecte ha tingut el FC Barcelona en la meua vida personal?

Bé, el meu fill Ellis se sent com un català adoptiu mentre estudia a la Universitat de Barcelona, i la meua mare de 77 anys ha anomenat *Messi* el seu nou gos. Això té molta transcendència!

ESPN



Barcelona, model de club

En tot aquest temps com a periodista, el FC Barcelona és el millor equip de futbol que he vist mai. En aquests anys daurats, com mai ho havia fet abans, vaig gaudir (i gaudeixo) de Messi i companyia amb un nivell brillant en el joc i d'importants èxits obtinguts.

Tot això va ser possible perquè hi va haver un projecte, una idea, una planificació. La inspiració va ser generada en aquell revolucionari Ajax d'Holanda de principis dels anys 70 que va donar origen al Futbol Total de la selecció taronja que va sorprendre i delectar el món en el Mundial d'Alemanya Federal el 1974.

Barcelona va triar aquest estil impulsat pel jugador, símbol dels blaugranes i posteriorment entrenador, Johan Cruyff. Ell va ser fonamental per orientar el Club en aquest control, tècnica i alt nivell de joc i, el més important, va proposar a la institució la creació d'una escola per formar futbolísticament els joves: la Masia. I amb aquesta, el reconeixement d'una escola de talents. Prova d'això, la terna del Pilota d'Or 2011 va ser integrada per jugadors sorgits del planter: Messi, Iniesta i Xavi.

L'any 2009 vam gaudir d'un FC Barcelona espectacular (el millor de la història) dirigit per Pep Guardiola, un jugador de la casa com a entrenador, i va arribar al cim futbolístic d'Europa i del món amb jugadors del planter. Sota aquesta filosofia, el club també els forma intel·lectualment i els ensenya valors essencials com el respecte i el treball en equip.

D'aquí la meua admiració pel Barcelona. És més que un club. Tal com el seu eslògan el defineix. El seu compromís amb la societat supera el futbol i l'esport. Sempre va saber defensar la seva llengua, la seva cultura i la seva democràcia. Es va enfrontar com va poder a totes les formes de dictadura i es va transformar en referent de la defensa de la República en aquells temps.

Avui s'involucra en els problemes socials com en el cas d'encarregar-se de la infància a tot el món amb la signatura del conveni amb l'Unicef. O la seva adhesió als objectius de Desenvolupament de les Nacions Unides. La Fundació del Club s'ocupa de generar integració, treballar amb el Banc d'Aliments per a les mancances i exerceix accions de caràcter educatiu, artístic, cultural i de desenvolupament.

Els seus milions de seguidors perceben aquest sentit de pertinença. I a més de projectar la imatge de Catalunya a tot el planeta, encara que la meitat dels seus fundadors no hagin estat catalans, posseeix penyes en gairebé un centenar de països i compta amb simpatitzants universals perquè és una entitat oberta a tothom.

Agraeixo la invitació de la Revista Barça, per esbossar algunes línies amb la meua opinió de la imatge del Club des de l'Argentina i Sud-amèrica. Puc dir que el FC Barcelona ens sorprèn sempre. Representa un model de joc i una gestió que té múltiples simpatitzants. Molt més a l'Argentina amb el fenomen Messi i cadascun dels argentins que tinguin relació amb el Barça, com ara Mascherano i Martino o més enrere en el temps, Riquelme, Maradona, Menotti o Zuviria.

Cada informació genera una gran repercussió perquè per als llatins es tracta d'un dels grans equips del món. El seu futbol i la seva essència d'institució ciutadana prioritant l'esport com a mitjà d'educació amb els valors de compromís i respecte, bufen als cinc continents.

Senzillament, molt més que un club.

ENRIQUE SACCO ESPN Argentina



ROB HUGHES Columnista International NYT

Què és el que fa ser el Barça més que un club fora del món dels culers?

Dues observacions diferents em vénen a la ment. Una va tenir lloc a Sierra Leone, molt abans de l'Ebola. Va ser a principis del 2004, quan el Comitè Internacional de la Creu Roja i de la UEFA va organitzar un partit entre joves de bàndols rivals que havien estat soldats en costats oposats d'una brutal Guerra Civil. D'una barraca va sortir un noi vestit amb la seva samarreta blaugrana, rèplica de la de Ronaldinho. Un jugador de l'altre equip portava una samarreta descolorida del Barça en què encara s'hi podia llegir *Stóitxkov*. Quant feia que hi posseïen aquella samarreta esparracada o d'on havien sortit totes dues, mai no ho vaig descobrir.

El fet era que, en una terra d'Àfrica, on encara s'hi poden veure les cicatrius físiques i mentals d'un horrible conflicte, els nens de bàndols rivals se sentien identificats amb el mateix club. Abans que tinguessin una arma a les mans i que fossin adoctrinats per matar, ja coneixien el suficient sobre el Dream Team per fer tot el possible per aconseguir d'alguna manera la samarreta.

No pretenc tenir una discussió filosòfica sobre l'estil que ha fet que el Barcelona s'imposi damunt la resta. Això, però, era en la meva ment durant la segona observació en aquest article.

Aquesta vegada va ser al Wembley Stadium 2011. Ja sabem el que va passar allà, però aquesta és la meva opinió. El Barça va trinxar el Manchester United. Iniesta va brillar. Messi va disparar a gol amb tal poder que ens va fer perdre l'alè. Com és que un jugador físicament menut destil·la tal irresistible bellesa i força?

Vaig estar d'acord aquella nit amb Sir Alex Ferguson, quan va dir que després de dues dècades a càrrec d'un dels clubs més destacats del món,

hauria de tornar a la pissarra per tractar de descobrir què podia fer per situar el seu equip a prop del futbol que estava jugant el Barcelona.

No estic d'acord amb els que proclamaven Messi o Iniesta com els jugadors més extraordinaris en el terreny de joc. Als meus ulls, era Xavi.

A la primera meitat, quan el Manchester United va pressionar el Barcelona, Xavi va ser el mestre que va anar més enllà. Ell va marcar el ritme com sempre, però des d'una posició molt més propera a la defensa del Barça que a l'atac. A poc a poc, Xavi, va aconseguir el control i va portar el Barcelona endavant metre a metre. En aquesta ocasió l'ordinador va explicar la història. Xavi va fer 136 passades amb el 91% de precisió (Iniesta, va fer 107 i, Messi, 91). Però va ser Xavi qui va orquestrar el rendiment fent les passades molt més efectives que no pas els tres millors del United junts. I ni Rio Ferdinand, ni Wayne Rooney ni Ryan Giggs són de cap manera jugadors comuns o mediocres.

Per descomptat, el món sap que Xavi va ser un nen de la Masia i ha eclipsat tots en el nombre de partits, tant se val quantes vegades ha influït en la manera com l'equip amb més estil sobre la terra ha establert els estàndards. "Es tracta de fer alguna cosa extra, no només guanyar", diu Xavi. "En el futbol el resultat és un impostor... Més important que el resultat és el control o el domini d'un partit. Aquest és el llegat".

La gent com nosaltres, que es guanya la vida escrivint paraules, enveja això. Una cosa és tenir habilitats, però més rar és escoltar l'home que crea el tempo, expressar la cosa per la qual ell i el seu equip lluiten.

Tinc una paraula per a això, una que s'estén des d'Àfrica fins al Camp Nou: ja l'he fet servir. *Estil*.

ELS AFICIONATS SOM
GENT SENZILLA.
SENZILLAMENT VOLEM
VEURE BON FUTBOL.

**Visca el Barça!****El millor del futbol és amb qui el comparteixes****OFFICIAL PARTNER
FCBARCELONA**

ARRIBA EL TRAM FINAL DE LA TEMPORADA.

NOMÉS SI VÉNS AL CAMP NOU
I HO VIUS EN DIRECTE PODRÀS DIR #JOHIERA



EXCLUSIU
SOCIS
20%
DTE.*

ENTRADES

— SEMPRE DISPONIBLES —

FCBARCELONA.CAT
TAQUILLES CAMP NOU



MÀLAGA
21 FEB · 16 H



RAYO
7 - 8 MAR



CITY
18 MAR · 20.45 H
CHAMPIONS LEAGUE



R. MADRID
21 - 22 MAR



ALMERIA
7 - 8 ABR



VALÈNCIA
18 - 19 ABR



Xarxes socials i jugadors, una equació en clau Barça

Jaime Casas

La comunicació 2.0 no és una ciència, però té una efectivitat similar a la del mètode científic. Un exemple: durant el Mundial de futbol del Brasil 2014, els internautes van llançar més de 672 milions de tuits relatius a l'actualitat del campionat. Els dos jugadors més esmentats en aquest rastre de missatges van ser dos integrants del primer equip del Barça: Leo Messi i Neymar Jr. L'impacte global de les mencions els va convertir en dos dels esportistes més influents del planeta.

Només durant el temps de joc del primer partit del torneig mundialista, el crac brasiler, que va marcar dos dels tres gols de la seva selecció, va augmentar en

165.000 seguidors el seu compte de Twitter i va ser el més esmentat entre els més de dotze milions de tuits que va generar l'enfrontament mundialista. Al llarg

del 2014 el perfil oficial @Neymarjr va ser el que va experimentar un creixement més gran entre els 300 milions de comptes que té la xarxa de *microblogging*. Un milió i mig de nous usuaris van seguir el brasiler l'any passat i, per tant, es van sumar al corrent informatiu del Barça.

Estratègies socials

Aquestes són dades que confirmen la rellevància de les xarxes socials en la projecció global dels jugadors. El contingut publicat en el context 2.0 aconsegueix un impacte simbòlic que allibera la imaginació de l'aficionat, que s'implica emocionalment

amb els seus ídols. Les xarxes socials permeten crear un relat de marca del jugador, una història que se suma a la del prestigi mundial del FC Barcelona.

Els comptes oficials dels esportistes del Barça són eines fonamentals per ajudar a construir la marca del Club. La difusió de les seves marques personals ajuda a posicionar el Barça al mercat publicitari, televisiu i digital. A més, també aconsegueixen difondre amb efectivitat els canals digitals oficials de l'Entitat, que cada any experimenten un creixement exponencial.

Els missatges, vídeos i imatges que els jugadors penjen als seus perfils es vira-

litzen; d'aquesta manera aconsegueixen més seguidors i, per tant, més audiència exposada a la informació que genera el FC Barcelona. Amb el temps, el creixement de l'audiència en els perfils de jugadors com Messi, Iniesta, Neymar i Luis Suárez es reflecteix en un increment de les vendes directes del Barça: samarretes, entrades i marxandatge. També repercuteixen en les vendes indirectes, com són la possibilitat de nous acords de patrocinis i la revaloració dels drets de retransmissió televisius.

Plataformes com Facebook, Twitter, Instagram o YouTube signifiquen un sistema de comunicació en el qual es revaloritza el

AL LLARG DEL 2014, NEYMAR VA SER EL QUE MÉS VA CRÉIXER A TWITTER



LIONEL MESSI



LUIS SUÁREZ



Leo Messi: **57.582.119**



LEOMESSI: **3.4 milions**



Tencent Xina: **19.98.6753**



YouTube: **14.947 suscriptors**



Luis Suarez: **10.567.954**



@LuisSuarez9: **1.723.489**



LUISUAREZ9: **1.7 milions**



YouTube: **8.368 suscriptors**



Els perfils socials dels jugadors del primer equip ajuden a fomentar els valors i el prestigi del Club entre els internautes d'arreu del món. La projecció global del Barça també rau en les estratègies digitals de les estrelles blaugrana

MESSI SE SENT CÒMDE AMB FACEBOOK I INSTAGRAM, I NO TÉ COMPTE DE TWITTER

nom d'un triomf comú: l'equip.

Joel Borràs, responsable de xarxes socials de jugadors del Barça com Andrés Iniesta i Luis Suárez, a més de Rafinha Alcántara i Javier Mascherano, recorda que aquests mitjans de comunicació ajuden a "crear el valor dels jugadors", perquè

jugador i el Club. Generen un fet diferencial i únic de cada jugador. Permeten conèixer l'opinió de l'aficionat i capitalitzar el seu èxit en

"aconsegueixen arribar a l'aficionat sense intermediaris". Al capdavant, el que busca un jugador en una xarxa social és "estar més a prop de l'afició", explica Borràs. "Abans d'anar a la zona mixta els jugadors poden expressar el que els ha semblat el partit als seus perfils. Es tracta d'apropar-se d'una manera més pura als seus seguidors", afegeix.

Marcelo Méndez, que dirigeix els passos de Leo Messi en el context social, apunta que per al quatre vegades guanyador de la Pilota d'Or "els seus mitjans de comunicació preferits són Facebook i Instagram; és on se sent més còmode", perquè li permeten

"parlar amb els seus fans quan hi ha algun esdeveniment important; així pot agrair en primera persona el seu suport incondicional". Messi, per exemple, no té compte de Twitter, fet que repercuteix en les seves xifres globals respecte a altres esportistes.

"Els jugadors són molt conscients de l'impacte del que publiquen a les xarxes", recorda Joel Borràs. "Una mala actitud d'un jugador a la xarxa social podria perjudicar el Club". Per tant, els jugadors saben el terreny que trepitgen. "Tenen molt clar que, si fan les coses bé i són autèntics i sincers, també beneficien el Barça. Ells també representen els valors del Club".



NEYMAR JR



Neymar Jr.: **51.346.964**



@neymarjr: **16.6 milions**



NEYMARJR: **14.6 milions**



Google+: **10.834**



ANDRÉS INIESTA



Andres iniesta: **23.950.090**



@andresiniesta8: **10.299.820**



ANDRESINIESTA8: **2.8 milions**



Tencent Xina: **3.194.077**



Google+: **1.020.268**



GERARD PIQUÉ



Gerard Piqué: **16.820.378**



@3gerardpique: **10 milions**



3GERARDPIQUE: **2.4 milions**



Tencent Xina: **3.142.648**



El president Josep Maria Bartomeu es va trobar amb els representants de la Penya Barcelonista de Nova York, que presideix Jordi Getman, situat a la seva esquerra.

Amor blaugrana a distància

El Club té 102 penyes a tot el món, amb representants als cinc continents, una xifra que ha augmentat exponencialment durant els darrers anys

Miriam Nadal / Marc Parramon

Diuen que la distància sovint és un obstacle. Que quan et separen quilòmetres, les relacions perden intensitat. Les penyes internacionals del Barça capgiren aquesta teoria. I és que, en els darrers anys, arreu del món han sorgit penyes blaugrana. En aquest cas, l'amor al Club neix dels èxits esportius de les últimes temporades i de la identificació amb els valors que té el Barça.

De les 102 penyes que té el Club, el 60% són a Europa. El país amb més penyes és, curiosament, el país de Joan Gamper, Suïssa, amb vuit penyes. França, Holanda i Alemanya

són altres exemples amb d'estats amb important presència de penyistes blaugrana. De fet, totes les capitals europees tenen penya del Barça, a excepció de Roma.

"Els èxits esportius dels últims anys han estat clau. Les penyes abans eren catalans que marxaven a un altre país, que hi anaven a estudiar o a treballar. Ara hi ha moltes penyes formades per gent local, del seu propi país", ens explica Josep Maria Barnils, responsable de les Penyes Internacionals.

Les noves tecnologies també han ajudat a augmentar la xifra de penyistes. Les dues

EL PAÍS AMB MÉS PENYES ÉS SUÏSSA, EL PAÍS DE JOAN GAMPER, AMB VUIT

les penyes s'han format els últims quatre anys, des del 2010. Amb les comunicacions això ha canviat molt. Els penyistes de fora s'han de cuidar", resumeix Barnils.

primeres penyes es van crear el 1986; el 1998 eren 10 penyes, i el 2009, 56, una xifra que s'ha enfilat fins a les 102 actuals després de fer el cens de penyes. "El 40% de

JUNTA DIRECTIVA

President: Antonio Freire - Penya Fanatiek FC Barcelona (Responsable d'Europa)

Vicepresident: Alberto Caloggero - Penya Barcelonista Nicolau Casaus (Responsable de Sud-amèrica)

Secretari: Nicolas Fayet - FC Blaugrana "Plus Que Des Supporters"

Tresorer: Lasse Brenden - Penya Blaugrana del Nord

Vocal: Eduard Manas - Penya Blaugrana London of Great Britain

Vocal: Youssef Bennani - Gent Blaugrana D'Anfa (Responsable de l'Àfrica)

Vocal: Maciej Fedorów - Fan Club Barça Polska

Vocal: Xavier Roch - Penya Barcelonista "La Gran Muralla Xina" (Responsable d'Àsia i Oceania)

Vocal: José Manuel Vargas - Penya Barcelonista Chicho Sibilio (Responsable d'Amèrica del Nord, Central i el Carib)

En els darrers anys, el Departament de Penyes i el de Comunicació han reforçat les eines per arribar als penyistes. L'app de penyes, el Facebook, el Twitter de penyes, els butlletins *Infopenyes* i la pàgina web del Club, cada dia amb més idiomes, han ajudat a fidelitzar els penyistes de més lluny.

El Barça té cinc penyes als Estats Units, molta presència en països com el Marroc i molta tradició a l'Amèrica del Sud i Centreamèrica. És a l'Àsia on hi ha menys penyes. "A l'Àsia encara en tenim poques, i no gaire actives. Però sorprenentment a la pàgina de Facebook de Penyes, els seguidors són d'Indonèsia, on el Club té una penya. Quan el futbol sala hi va anar a fer uns amistosos, va ser un espectacle. Quan una secció va a jugar a aquests països, es mobilitzen molt", subratlla el directiu en cap de Penyes.

Més de 14.000 penyistes

Les 102 penyes internacionals es tradueixen en 14.000 penyistes i en 450 socis del Club. Totes aquestes penyes estan incloses en una mateixa organització, la de la Zona 3, amb la seva pròpia junta directiva encapçalada per Antonio Freire, president de la Penya Fanatic Barcelona. "Els penyistes internacionals saben molt més del Barça i del més que un club del que ens podem imaginar. Els èxits esportius fan que vulguin llegir i conèixer la història del Club i quan la descobreixen, se senten més identificats i s'impliquen molt",

ens explica Josep Maria Barnils, que viu entre Barcelona i Copenhaguen i que, per tant, coneix a la perfecció les necessitats dels blaugranes a quilòmetres de Barcelona.

Les penyes de l'est d'Europa

Molt sovint, les penyes que més es mobilitzen són les penyes de l'Est d'Europa, com les dels països balcànics o la Penya Polska. Aquestes penyes acostumen a acompanyar el primer equip de futbol en els desplaçaments de la Lliga de Campions. Encara que no sigui al seu país. La Champions atrau.

En els darrers anys, les penyes no només són grups d'aficionats per veure partits del Barça, sinó que també s'han destacat per fer accions solidàries. "Ens interessa que el nombre de penyes creixi en qualitat. No que cinc amics fundin una penya per veure els partits del Barça. Les penyes que s'han creat són bones i amb empena. Millor qualitat que quantitat", destaca Barnils.

En algunes ocasions, la contractació de futbolistes de determinats països ha fet incrementar el nombre de penyes en aquests estats, però algunes desapareixen quan acaba la trajectòria de l'esportista al Club.

Per Barnils, aquestes penyes necessiten que els representants del Club els visitin quan es viatja a aquests països. "Per a ells, que vingui algú del Barça, de tan lluny, és molt important. És el més a prop que poden estar del Club", recalca, i fa una invitació als socis

“

ELS PENYISTES INTERNACIONALS SABEN MOLT MÉS DEL BARÇA I DEL MÉS QUE UN CLUB DEL QUE ENS PODEM IMAGINAR. ELS ÈXITS ESPORTIUS FAN QUE VULGUIN LLEGIR I CONÈXER LA HISTÒRIA DEL CLUB I QUAN LA DESCOBREIXEN, SE SENTEN MÉS IDENTIFICATS I S'IMPLIQUEN MOLT”



JOSEP MARIA BARNILS

que viuen a Catalunya i es desplacen amb els equips professionals "a contactar amb la penya de la ciutat que visiten. Els tractaran de meravella i podran compartir el seu barcelonisme".

Les penyes internacionals gaudeixen de molt bona salut, molta activitat i el Club calcula que cada any s'oficialitzaran sis penyes de mitjana. "Ser el responsable de les penyes internacionals és un honor i un plaer. M'agrada ajudar la gent que viu a l'estranger. Gaudeixo molt d'aquesta feina. Viatjo sobretot en els partits de Champions i a vegades quan no sóc amb el Barça, també visito les penyes dels països on vaig", reconeix Barnils.



BARÇA SUPPORTERS CLUB MELBOURNE

Aquesta penya dels antípodes es va fundar l'agost del 2010 i la presideix l'australià i culer Peter Kurg, de 53 anys. La van impulsar un grup de locals amants del Barça, de Barcelona i de la cultura catalana. Es reuneixen a l'Imperial Hotel de Melbourne, ubicat al centre de la ciutat, on tenen un espai reservat per a ells, l'anomenada Sala Xavi Hernández. A causa de la diferència horària sovint opten per reunir-se i veure els partits en diferit, això sí, evitant tenir informació del que ha passat, per mantenir l'emoció (una utopia en l'era de la informació...). Segons ens asseguren, la seu del parlament de l'estat de Victòria és la seva Canaletes particular, on celebren els títols i els resultats més emblemàtics.



FC Barcelona Melbourne Supporters Club (FCBaM)



PENYA BARCELONISTA LA GRAN MURALLA XINA

Va ser fundada l'any 1991 pel català Francesc Serena, desplaçat a la Xina per motius laborals, i és l'única penya oficial del Barça al país asiàtic. Amb els anys ha anat sumant adeptes, tant expatriats com locals, i en l'actualitat està formada per més de 450 membres.

Per veure els partits es reuneixen en diferents bars de la ciutat de Pequín, en funció de les previsions d'assistència. L'última gran cita va ser pel darrer Madrid-Barça. Una de les trobades més multitudinàries que recorden va ser per la final de la Champions del 2011 a Wembley. Llavors es van ajuntar més de 500 seguidors (el 90% eren locals). Més enllà de l'actualitat del primer equip han impulsat classes de català per a xinesos, activitats esportives i fins i tot vetllades de concursos de preguntes sobre el Barça. La presideix Xavier Roch, un català de 38 anys que va marxar fa set a l'Àsia buscant noves oportunitats.



@pgranmuralla



PENYA BARCELONISTA DE NOVA YORK

La Gran Poma compta amb una penya que, en només dos anys, ha passat de tenir 30 socis a ser-ne uns 200. La presideix Jordi Getman, un català de 45 anys que imparteix classes d'història a la City University de Nova York. Es qualifiquen com Més que una Penya i un dels seus principals objectius és, com el Barça, intentar anar més enllà del futbol i compartir els valors solidaris que defensa el Club. Per això impulsen diverses accions socials, com, per exemple, un programa de beques perquè nens amb pocs recursos puguin jugar a l'escola de futbol del Manhattan Kickers FC, un club local. Per veure els partits es reuneixen a l'Smithfield Hall (al Carrer 25 entre la Sisena i la Setena Avinguda), un bar on els serveixen un menú català amb pa amb tomàquet, truita i altres delícies. Un dels membres hi acostuma a anar amb el seu 'Messi Mobile', el cotxe 100% blaugrana que es veu a la fotografia i que aporta color a la rutina novaiorquesa.

@FCBarcelona_NYC

FAN CLUB BARÇA POLSKA (KIELCE)

La Penya Polska és una de les penyes més actives i nombroses de les penyes internacionals. Té 1.221 penyistes que viatgen amb el primer equip i que assisteixen habitualment al Congrés Mundial de Penyes. La Penya es va fundar el 12 de setembre del 2005 i va ser oficialitzada pel Club el 14 de juliol del 2006. Segons els seus membres, la Fan Club Barça Polska es va fundar per promoure el Barça, Barcelona i Catalunya a Polònia. Els seus fundadors també volien aplegar-hi i integrar tots els culers del seu país. Fan quatre trobades a l'any a diferents zones de Polònia. Dues d'aquestes per veure-hi el Clàssic entre el Barça i el Reial Madrid. Organitzen viatges per seguir l'equip a la Champions i molts actes solidaris. La mateixa Penya produeix el seu marxandatge. L'acció més important que han fet ha estat la pancarta de 2.000 m² per al partit Lechia Gdansk-Barça, amb el lema *Tots units fem força* amb estrofes de l'himne i les cares de Cruyff, Guardiola, Puyol i Messi. Els membres de la Penya polonesos i no hi ha cap català.

Fan Club Barça Polska



PENYA BARCELONISTA NICOLAU CASAUS (BUENOS AIRES)

És la penya internacional més veterana. Es va fundar l'1 d'agost del 1986 amb motiu del centenari del Casal de Catalunya a Buenos Aires, en presència de l'exdirectiu Nicolau Casaus, de qui pren el nom.

Compta amb 350 membres i està ubicada a la seu d'aquest Casal, al carrer Chacabuco, 863, de la capital argentina. Els seus membres es troben principalment per veure els partits del Barça i per celebrar les festivitats catalanes més assenyalades. La presideix l'incombustible Alberto Colaggero, de 71 anys, que a més, té notables dots comunicatius. Amb l'ajuda de diversos col·laboradors, ell mateix dirigeix i presenta des de fa 10 anys el programa de ràdio online *Gent del Barça* i des de fa poc més de mig any l'espai televisiu *Mundo Blaugrana* al canal televisiu del Casal de Catalunya a Buenos Aires.

:@gentdelbarsa



MZANSI PENYA BARCELONISTA (JOHANNESBURG)

La formen gairebé 400 membres i és l'única penya de Sud-àfrica. Va ser fundada el 2010 per Hassen Lorgat, casat amb una catalana, Marta Garrich, també involucrada en el projecte. La paraula *Mzansi* vol dir *sud* en una llengua autòctona de la zona i els sud-africans l'utilitzen per anomenar el seu país. Aquests penyistes, molt d'ells amb arrels en diversos projectes contra l'Apartheid, tenen una gran consciència social i no dubten a involucrar-se en diverses causes solidàries i a lluitar contra les injustícies. De fet, qualifiquen el joc del Barça com "intrínsecament democràtic" i veuen el Club com un catalitzador de la integració social. Per al 2015 ja tenen nous desafiaments, volen treballar en diverses activitats de sensibilització sobre la hipertensió pulmonar.

<https://mzansipb.wordpress.com>



L'ESPÀI DEL PENYISTA

AMÈRICA

25 PENYES

PENYA BARCELONISTA NICOLAU CASAUS	L'ARGENTINA
PENYA BARCELONISTA DE BANFIELD Y LOMAS	L'ARGENTINA
PENYA BARCELONISTA CAFETERA DE CALI	COLÒMBIA
PENYA BARCELONISTA COSTA RICA	COSTA RICA
PENYA BARCELONISTA DE LA HABANA	CUBA
PENYA BARCELONISTA LADISLAO KUBALA SANTIAGO DE CUBA	CUBA
PENYA BARCELONISTA TRINIDAD	CUBA
PENYA BARCELONISTA PINAR DEL RÍO-CUBA	CUBA
PENYA 'EL BARÇA VIVE EN BLANES'	CUBA
PENYA BLAUGRANA DE SANTO DOMINGO	REPÚBLICA DOMINICANA
PENYA BARCELONISTA CHICHO SIBILIO	REPÚBLICA DOMINICANA
PENYA DEL BARÇA EL SALVADOR	EL SALVADOR
PENYA DEL BARÇA DE GUATEMALA	GUATEMALA
PENYA BARCELONISTA XIVA	GUATEMALA
PENYA BARCELONISTA DE ASUNCIÓN	EL PARAGUAI
PENYA BLAUGRANA DE LIMA	EL PERÚ
PENYA BLAUGRANA DE PUERTO RICO	PUERTO RICO (US)
THE LOS ANGELES FC BARCELONA SOCCER FOUNDATION	ELS ESTATS UNITS
PENYA BARCELONISTA DE NOVA YORK	ELS ESTATS UNITS
PENYA BARCELONISTA DE MIAMI	ELS ESTATS UNITS
PENYA BARCELONISTA CHICAGO	ELS ESTATS UNITS
PENYA BARCELONISTA DE WASHINGTON DC	ELS ESTATS UNITS
PENYA BARCELONISTA DE MONTEVIDEO "HECTOR SCARONE"	L'URUGUAI
PENYA BLAUGRANA DE MARACAY GENT DEL BARÇA	VENEÇUELA
PENYA BARCELONISTA CASAL CATALÀ DE CARACAS	VENEÇUELA

ÀSIA

6 PENYES

PENYA BARCELONISTA LA GRAN MURALLA XINA	LA XINA
FC BARCELONA FAN CLUB INDIA	L'ÍNDIA
PENYA BARCELONISTA INDOBARÇA JAKARTA	INDONÈSIA
JORDAN ASSOCIATION OF THE BARCELONA CLUB PROMOTERS	JORDÀNIA
PENYA BARCELONISTA DE BEIRUT	EL LÍBAN
FC BARCELONA FAN CLUB UNITED ARAB EMIRATES	LA UNIÓ DELS EMIRATS ÀRABS

ÀFRICA

10 PENYES

PENYA BARCELONISTA MASHARIKI	KENIA
PENYA BARCELONISTA DE RABAT	EL MARROC
PENYA BARÇA TÉTOUANI	EL MARROC
PENYA BARCELONISTA RIFENA ALHUCEMAS	EL MARROC
ASSOCIATION PENYA MAZAGAN FCB	EL MARROC
PENYA BLAUGRANA AIT NSAR	EL MARROC
GENT BLAUGRANA D'ANFA	EL MARROC
PENYA BARÇA DE LAGOS CLUB	NIGÈRIA
PENYA BLAUGRANA DE LA CASAMANCE	EL SENEGAL
MZANSI PENYA BARCELONISTA	SUD-ÀFROCA



OCEANIA

1 PENYA

BARÇA SUPPORTERS CLUB MELBOURNE	AUSTRÀLIA
---------------------------------	-----------

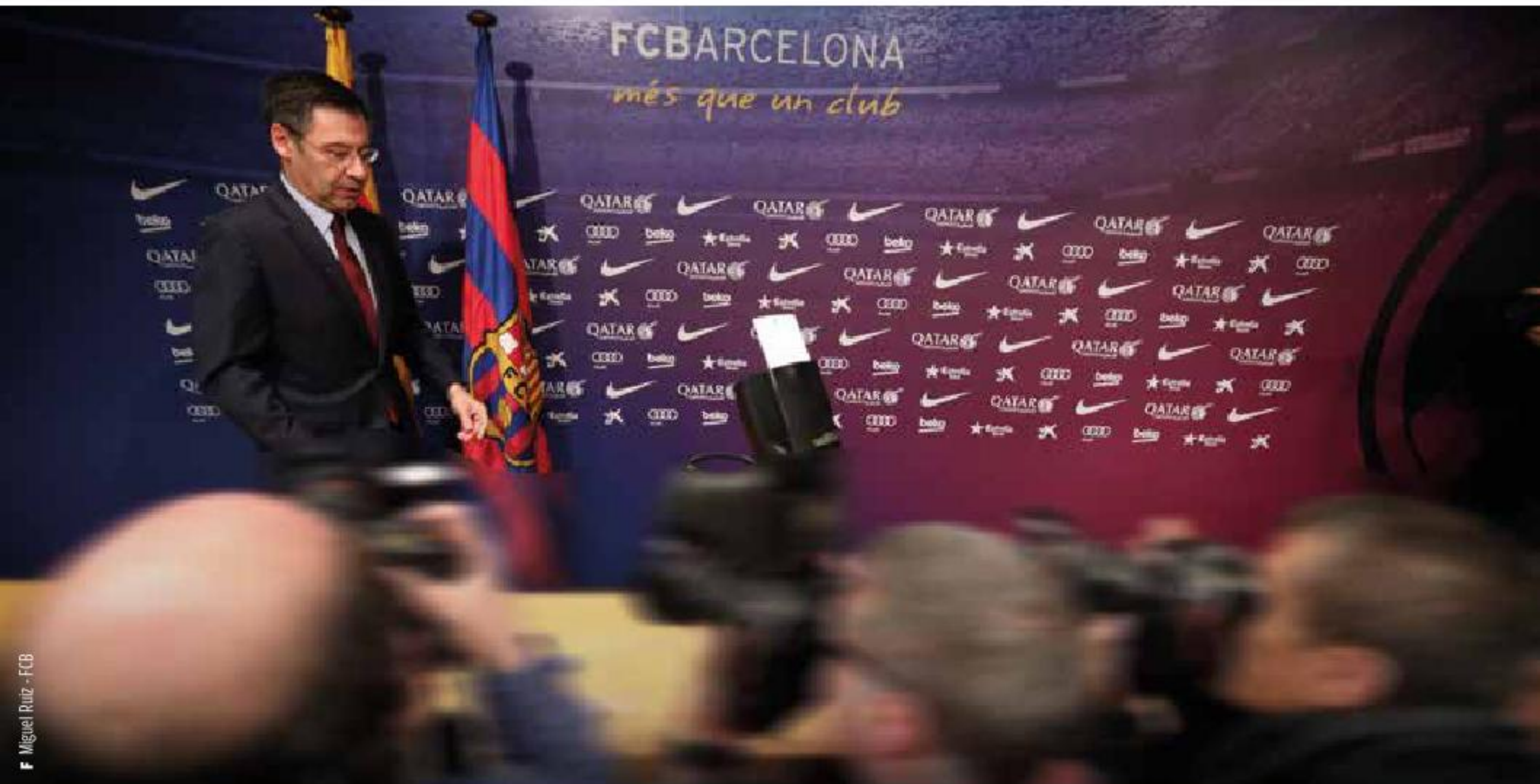
EUROPA

60 PENYES

PENYA BARCELONISTA ALTA ÀUSTRIA	ÀUSTRIA
PENYA BARCELONISTA DE VIENA "UDO STEINBERG"	ÀUSTRIA
PENYA BARCELONISTA CASAL CATALÀ BRUSSELLES	BÈLGICA
PENYA FANATIEK FC BARCELONA LIMBURG	BÈLGICA
PENYA BARCELONISTA DE GANTE	BÈLGICA
PENYA BARCELONISTA KNOKKE-HEIST	BÈLGICA
PENYA BARCELONISTA DRAGONES	BÒSNIA I HERZEGOVINA
CIBERPENYA BLAUGRANA	ANDORRA
PENYA BLAUGRANA DE SOFIA I AMICS	BULGÀRIA
PENYA BARCELONISTA DE XIPRE	XIPRE
PENYA BARCELONISTA LLEÓ DE DUES CUES	REPÚBLICA TXECA
PENYA BARCELONISTA DE COPENHAGEN	DINAMARCA
PENYA VIRTUAL BLAUGRANA	ESPANYA
FC BARCELONA FAN CLUB FINLAND	FINLÀNDIA
PENYA BARCELONISTA DE TARBES	FRANÇA
PENYA BLAUGRANOR DU NORD DE LA FRANCE	FRANÇA
FC BARCELONA CLAN: CYBERPENYA BLAUGRANA FRANCOPHONE	FRANÇA
FC BLAUGRANA "PLUS QUE DES SUPPORTERS"	FRANÇA
PEÑA BARCELONISTA "GABRIEL LÓPEZ SOLA" DE SAINT JUERY	FRANÇA
PENYA BLAUGRANA DE PARIS	FRANÇA
PENYA DE TOURAINNE SUPPORTERS DU BARÇA	FRANÇA
PENYA BARCELONISTA "BERLIN CULÉ"	ALEMANYA
PENYA AZULGRANA FRANKFURT/RHEIN-MAIN	ALEMANYA
KÖLSCHER FC BARCELONA FAN CLUB	ALEMANYA
BAYERISCHER PENYA BLAUGRANA	ALEMANYA
PENYA BARCELONISTA DE WOLFSBURG	ALEMANYA
PENYA BARCELONISTA D'ATENES	GRÈCIA
PENYA BLAUGRANA BÖRSUNGAR	ISLÀNDIA
PENYA LOMBARDA FC BARCELONA	ITÀLIA
PENYA BARCELONISTA DE TORÍ	ITÀLIA

EUROPA

PENYA BARCELONISTA DE GÈNOVA	ITÀLIA
PENYA BARCELONISTA DI BERGAMO - CITTA DEI MILLE	ITÀLIA
PENYA KOSOVAR DEL FUTBOL CLUB BARCELONA	KOSOVO
PENYA BARÇA DE LUXEMBOURG	LUXEMBURG
PENYA BARCELONISTA SIS COPEES DE STRUMICA	MACEDÒNIA
BARCELONA SUPPORTERS CLUB MALTA	MALTA
FAN CLUB BARCELONA DE ROSMALEN	ELS PAÏSOS BAIXOS
PENYA LA MAQUINA BLAUGRANA	ELS PAÏSOS BAIXOS
PENYA BLAUGRANA D'AMSTERDAM	ELS PAÏSOS BAIXOS
PENYA BARCELONISTA DE ROSENDAAL	ELS PAÏSOS BAIXOS
PENYA BARCELONISTA DE TRONDHEIM	NORUEGA
PENYA BLAUGRANA DEL NORD	NORUEGA
FAN CLUB BARÇA POLSKA	POLÒNIA
PENYA BARCELONISTA DE VARSÒVIA	POLÒNIA
PENYA BARCELONISTA DE LISBOA	PORTUGAL
PENYA BARCELONISTA ESLOVACA DELS ALTS TATRAS	REPÚBLICA D'ESLOVÀQUIA
PENYA BLAUGRANA ESLOVENA TRIGLAV	ESLOVÈNIA
FC BARCELONA SUPPORTERS CLUB NÒRDIC	SUÈCIA
PENYA BLAUGRANA D'UPPSALA	SUÈCIA
PENYA BARCELONISTA DE LAUSANNE	SUISSA
PENYA BARCELONISTA DON QUIJOTE	SUISSA
PENYA BARCELONISTA DE GINEBRA	SUISSA
PENYA BARCELONISTA SUÏZA BERNA	SUISSA
FC JUVENIL BARCELONA DE ZURIC	SUISSA
PEÑA BARCELONISTA MARTIGNY-VALAIS ROMAND	SUISSA
FC BARCELONA PENYA TICINO	SUISSA
PENYA BLAUGRANA DE BASEL	SUISSA
ISTANBUL BARCELONA SPOR KULÜBÜ DERNEGI	TURQUIA
PENYA BLAUGRANA LONDON OF GREAT BRITAIN	EL REGNE UNIT
PENYA UNION BLAUGRANA	EL REGNE UNIT



El president Josep Maria Bartomeu arriba a la sala de premsa on compareix davant els mitjans per anunciar que hi haurà eleccions a finals de temporada.

Bartomeu anuncia eleccions a la presidència aquest estiu

El president, que es presentarà als comicis, pren la decisió per “rebaixar la tensió que viu i pateix actualment el Club i ajudar així l’equip”

Anna Segura

El president del FC Barcelona, Josep Maria Bartomeu, va anunciar el 7 de gener passat en roda de premsa, i després de parlar amb els seus companys de Junta Directiva, la convocatòria d’eleccions a la presidència de l’Entitat a finals d’aquesta temporada. El motiu principal, segons el president, “és rebaixar la tensió que viu i pateix el Club”, la qual considera “desproporcionada i que no s’ajusta gens a la realitat”.

Entre els objectius principals de la decisió hi ha el de “protegir el Club” davant “un nivell de tensió que no és l’adequat per portar-lo”, va reconèixer Bartomeu davant els mitjans de comunicació que omplien la sala de premsa Ricard Maxenchs del Camp Nou. “Aquest rebombori afecta l’equip i per això convoquem eleccions a finals de temporada, perquè es rebaixi aquesta tensió i així tots ajudem l’equip”, resumia el màxim representant de l’Entitat.

Amb la intenció que el Barça assoleixi tots els èxits marcats a principis de temporada, Bartomeu, que va anunciar que es presentaria a les eleccions, va demanar als futurs candidats “que actuïn amb responsabilitat i *fair play*”. “Ja tindrem temps de debatre projectes, però fins que no arribi la campanya hem de donar suport a l’equip, que és el més important per al Club”, apuntava

“JA TINDREM TEMPS DE DEBATRE PROJECTES QUAN ARRIBI LA CAMPANYA”

el president. I els va emplaçar al període electoral per debatre els projectes que es presentin, entre els quals hi haurà la proposta del nou patrocinador de la samarreta del primer equip que s’haurà d’aprovar durant l’Assemblea de Compromissaris del 2015.

EL PRESIDENT DEMANA ALS FUTURS CANDIDATS QUE ACTUÏN AMB ‘FAIR PLAY’

En la mateixa compareixença, Bartomeu va valorar la situació econòmica de l’Entitat i el projecte de l’Espai Barça, avalat majoritàriament al referèndum de l’abril passat. A més, va insistir que no veia que la gran majoria de socis estiguessin descontents amb la situació actual. “El soci se sent cada dia més propietari del Club, s’ha adonat que l’economia del Club funciona, està content perquè hi ha un projecte patrimonial i veu que l’equip s’està construint”. Per acabar, Bartomeu va refermar la idea que durant aquests mesos previs a la campanya electoral tothom ha de remar en la mateixa direcció: “Si fem gran la temporada farem gran el Barça. I si fem gran el Barça serem imparables”.



Segons l’article 41è dels Estatuts del FC Barcelona, són electors els socis en els quals concorren les condicions següents:

- a) ser major d’edat i no estar legalment incapacitat
- b) tenir una antiguitat mínima com a soci d’un any
- c) no tenir suspesa la condició de soci
- d) estar inclòs al cens electoral vigent d’acord amb l’article 47

Rècord d'abonaments per a la llista d'espera

Totes les baixes acumulades s'adjudiquen al col·lectiu

AS

El vicepresident social Jordi Cardoner va anunciar que, per quarta temporada consecutiva, la Junta Directiva ha decidit adjudicar totes les baixes d'abonaments del Camp Nou, un total de 1.038, als socis inscrits a la llista d'espera. Una xifra superior a l'acumulat entre els anys 2011/12 i 2013/14, que era de 692 seients.

Aquest nombre rècord d'abonaments disponibles a l'Estadi procedeix de les baixes naturals i els impagaments, però també de l'augment de les mesures de control de frau. A tot això cal afegir que el 30 de desembre es va tancar definitivament el procés d'actualització del Cens. Tots aquests factors han provocat que la bossa d'abonaments disponibles sigui la més alta des que la temporada 2011/12 es regulés el procés de ratificació anual de la llista d'espera.

1.730 socis beneficiats

La temporada 2011/12 es van assignar 199 nous abonaments, més 12 per a socis discapacitats; la 2012/13 van ser 161 socis, més 1 abonament disponible a la zona reservada per a cadira de rodes, i la 2013/14 hi va haver 319 abona-

ments. Amb els 1.038 abonaments alliberats d'enguany, en total se n'han beneficiat 1.730 socis inscrits a la llista d'espera. Això representa haver adjudicat abonaments al 24,2% dels 7.138 socis registrats inicialment quan fa quatre anys es va regular el procés després que es comprovés el 2010 que hi havia una llista de 13.980 socis sense cap ordre i tampoc cap normativa sobre aquesta qüestió.

El 7 de gener va finalitzar el període de ratificació de la inscripció de la llista d'espera. Un cop acabat, i en aplicació de la normativa, es va procedir a donar de baixa els socis que no havien renovat la seva voluntat de seguir formant part de la llista d'espera. Cal recordar que, per optar a tenir un abonament al Camp Nou, primer cal inscriure's a la llista d'espera per a nous abonats. Els requisits són tenir un mínim de dos anys d'antiguitat com a soci i tenir categoria infantil o sènior. La petició s'ha de fer presencialment a l'Oficina d'Atenció al Barcelonista, i s'ha de ratificar la petició d'aquesta llista de manera presencial entre el 15 d'octubre i el 7 de gener de cada any.



ABONAMENTS ASSIGNATS DE LA TEMPORADA 2011/12 A LA 2014/15	
TEMPORADA 2011/12	211
TEMPORADA 2012/13	162
TEMPORADA 2013/14	319
TEMPORADA 2014/15	1.038
TOTAL	1.730

Representa haver adjudicat abonaments al 24,2% dels 7.138 socis inscrits inicialment.

Impuls als projectes socials

Nous incentiuem per afavorir l'assistència a l'Estadi

Cardoner també va anunciar una sèrie de mesures i avantatges per als socis amb l'objectiu de fomentar l'assistència familiar al Camp Nou. Aquestes accions són l'ampliació del Passaport Infantil, la creació d'un nou passaport sènior per a socis majors de 70

anys, amb 25 anys d'antiguitat, i l'aplicació del programa *Fem família*. Cardoner va explicar que amb aquestes noves mesures la Junta Directiva "busca ser coherent amb les polítiques socials que hem estat portant" i vol "impulsar l'assistència familiar a l'Estadi".

Nens fins a 14 anys
ENTRADA GRATUÏTA

Socis adults a partir de 70 anys
(25 d'antiguitat)
ENTRADA GRATUÏTA

Famílies nombroses: a partir del 3r fill
CARNET SOCI GRATUÏT

AMPLIACIÓ DEL PASSAPORT INFANTIL(*)



- El juny del 2014 es va posar en marxa el Passaport Infantil, un abonament personalitzat per a socis menors de **8** anys.
- Els socis fins a **14** anys (**25.318** socis censats no abonats) es podran beneficiar del Passaport Infantil.

(*) condicions

Límits: 3.000 per partit.

Partits excepcionals, sense entrades infantils gratuïtes: FCB-Atlètic de Madrid, eliminatòries de la Lliga de Campions 1/8, 1/4 i semifinals, i partits d'anada o tornada de la Supercopa d'Espanya.

CREACIÓ DEL PASSAPORT SÈNIOR



- Accés gratuït al Camp Nou com a reconeixement als socis de més edat (2.356).
- No abonats
- Majors de **70** anys
- Més de **25** anys d'antiguitat
- No abonats en els darrers **5** anys

AVANTATGES PER A FAMÍLIES NOMBROSES



FEM FAMÍLIA

- El Club actualment no disposa de cap mesura ni avantatges per als socis que integren una família nombrosa (excepte al Museu).
- A partir del tercer fill el carnet serà gratuït fins a **18** anys

Un total de 144.756 socis han passat pel procés de cens

El Club coneixerà a l'abril la xifra definitiva de socis un cop s'apliquin les baixes per impagament i les d'aquells que no han regularitzat les seves dades

Anna Segura

Queda molt poc per sabem qui som, quants som i on som. Les principals preguntes que ara fa dos anys es va fer el Club quan es va posar en marxa la campanya de regularització del cens ja tenen resposta, tot i que el nombre definitiu de socis no es coneixerà fins al mes d'abril, quan culmini la fase de donar de baixa els socis per impagament i els que no han passat el cens, tal com estableixen els Estatuts. El que sí que es pot assegurar és que un total de 144.756 socis han respost a la crida del Club i han passat el procés de regulació del cens que va finalitzar definitivament el 30 de desembre del 2014. Els socis no censats són 9.213, que pròximament deixaran de pertànyer al Club.

L'actualització del cens es va iniciar el 22 d'octubre del 2012 amb l'objectiu d'endregar la base de dades dels socis, que no es posava al dia des de l'any 2004. En el moment que va arrencar la campanya, el FC Barcelona tenia registrats 170.235 socis, i durant aquests més de dos anys que ha durat l'actualització del cens el nombre de socis s'ha vist reduït en un 14,97% i s'ha situat en un 144.756, un cop

finalitzat el procés. Els motius del descens en el nombre de socis són principalment per causes naturals (baixes voluntàries, impagats,

LA MASSA SOCIAL NO ES POSAVA AL DIA DES DEL 2004 I EL PROCÉS HA PERMÉS DETECTAR BOSSES DE FRAU I FER UNA RADIOGRAFIA AJUSTADA DE LA REALITAT

defuncions, etc.). Però la regularització del cens també ha permès detectar les bosses de frau existents i corregir-los. D'aquesta manera s'ha complert una de les fites que es va marcar la Junta Directiva, quan en el seu dia es va decidir que calia definir el dibuix de la massa social que en els últims anys havia quedat distorsionat i s'allunyava molt de la realitat, sobretot arran del projecte *El Gran Repte*, que facilitava l'accés al carnet de soci mitjançant únicament una sol·licitud *on line*, fet que va provocar un

gran nombre de nous socis amb una vinculació parcial al Club.

Des de l'Entitat s'ha agraït en tot moment la bona predisposició que van tenir des del primer dia els socis a l'hora de realitzar un cens que ha estat personalitzat i presencial. I és que un cop tancat el període d'actualització, iniciat el 2012 i prorrogat un any, només han quedat 9.213 socis pendents de passar el cens. O el que és el mateix, el 94,02% de la massa social del FC Barcelona ha reconegut la importància que tenia per al Club tenir una base fidedigna amb les dades dels socis.

Amb el nou cens, el FC Barcelona completa dos anys d'intensa feina que buscava com a principals objectius identificar i actualitzar les dades dels socis i sòcies, i fer una radiografia real de la massa social. Però a banda s'han complert altres finalitats estratègiques per al bon funcionament del Club i per apropar-lo encara més als socis. D'aquesta manera, amb el nou cens s'han detectat aquells socis que feien un ús fraudulent del carnet. En aquest

Socis a l'inici del cens 22/10/2012 **170.235**

Baixes des de l'inici del cens **-26.321**

Altes des de l'inici del cens **9.736**

Socis actualment **153.969**

On viuen?



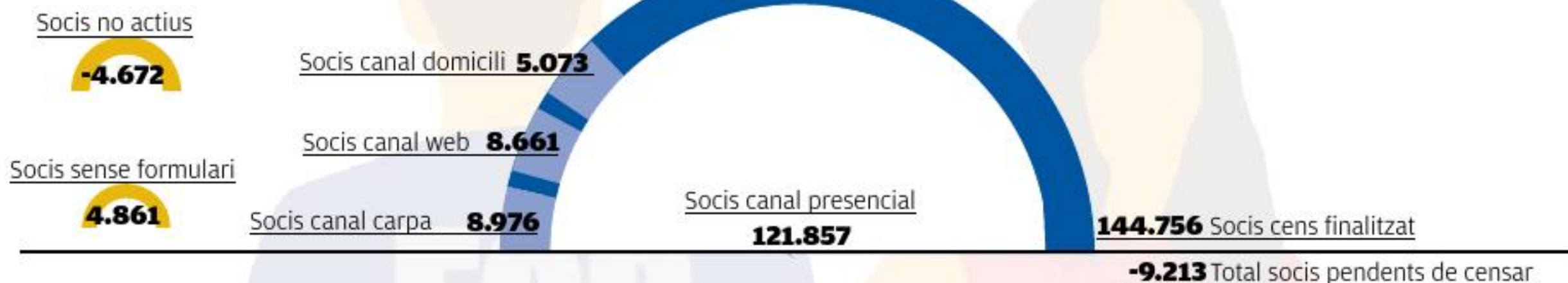
sentit la voluntat de la Junta Directiva des de bon començament és dotar d'un reconeixement de pertinença i identitat el fet de ser soci i prevaldre la qualitat a la quantitat. Un dels altres objectius que es buscava a l'hora de regular el cens ha estat avalar la representativitat democràtica de l'Entitat. I, per altra banda, també s'ha buscat detectar les necessitats i

requeriments per part de la massa social. És a dir, buscar l'equilibri entre el nombre de socis i serveis que ofereix el Club; conèixer al detall els col·lectius amb necessitats específiques com són el soci amb discapacitats, amb problemes de mobilitat o la gent més gran, per poder donar-los resposta; gestionar la insatisfacció dels socis que no tenen abonament a l'Estadi.

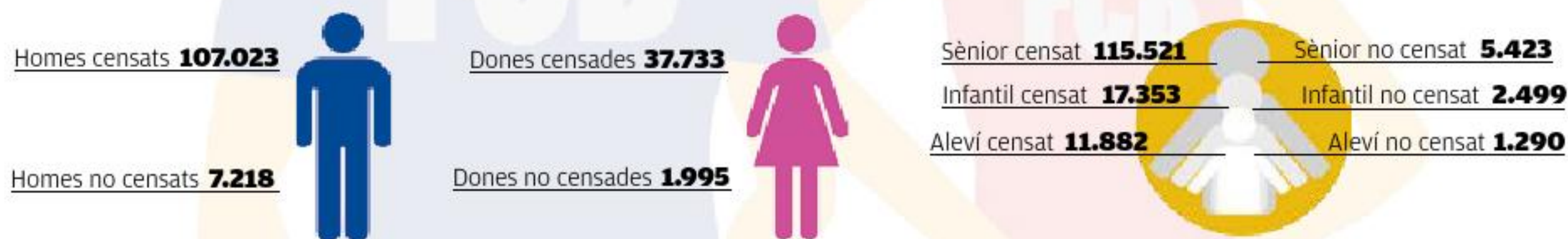
Pel que fa aquest últim punt i un cop definida la radiografia de la massa social del Club, s'ha detectat que 83.848 dels 144.756 socis són abonats a l'Estadi.

Un cop endreçada la massa social blaugrana, finalitza un llarg i exhaustiu procés en què, a partir d'ara, es podrà treballar amb dades més fiables per continuar apropant el Club al soci.

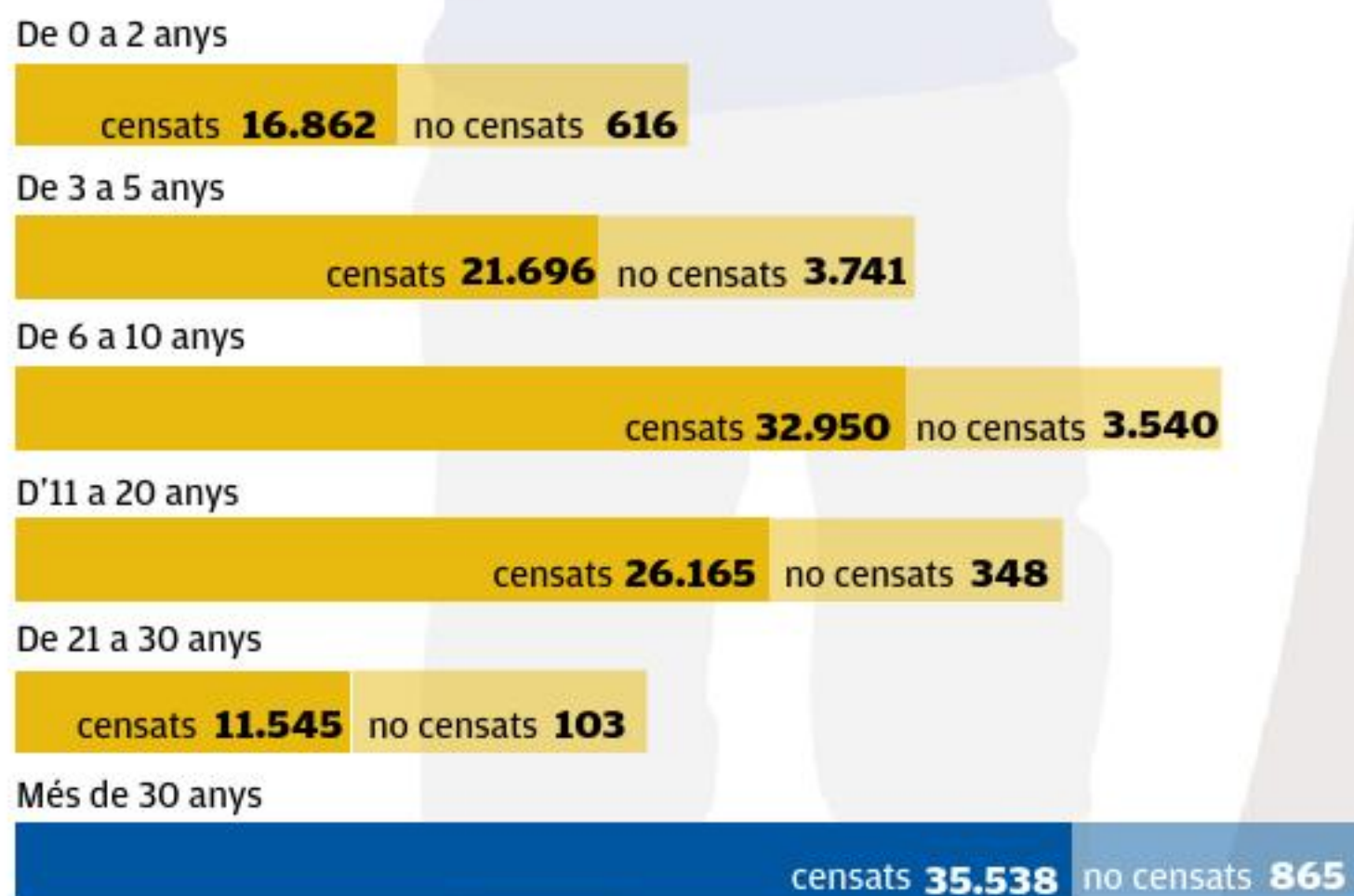
Com s'ha fet el cens?



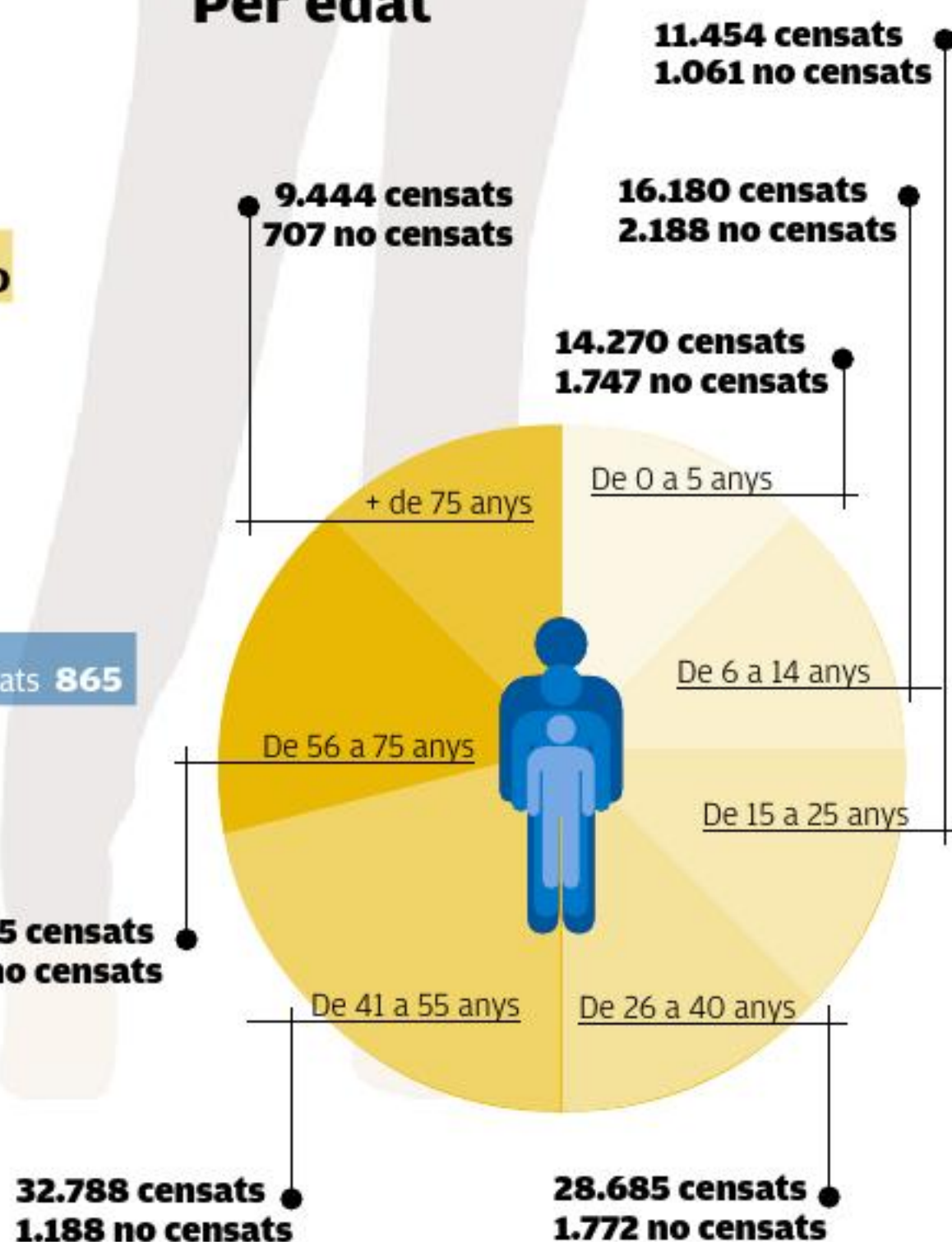
Perfil del soci



Quant temps fa que són socis?



Per edat





Els atletes blaugrana posen després d'aconseguir el primer lloc a la Copa del Rei i el segon a la Copa de la Reina.

La secció més antiga del Club

Grans atletes han passat per la secció d'atletisme del Barça, que acaba d'assolir el títol de la Copa del Rei i el subtítol a la Copa de la Reina

Oriol Bonsoms

El FC Barcelona té una secció d'atletisme des dels seus inicis. Potser un detall desconegut per molts, però les pràctiques atlètiques al Club es van iniciar l'any 1900, tot i que la secció es va fundar oficialment el 12 de desembre de 1912. Al llarg dels temps, els atletes del Barça han tingut un destacat protagonisme en les competicions internacionals de clubs, però també han brillat en la que sens dubte és la competició reina dels Jocs Olímpics d'estiu, amb José Manuel Abascal com a màxim expo-

nent del passat gloriós de l'atletisme blaugrana, i la seva medalla de bronze a Los Angeles 84.

Actualment, la secció està estructurada en tres parts diferenciades. D'una banda, l'elit, els equips masculins i femenins de la Divisió d'Honor (a qui dediquem aquest primer article de la REVISTA BARÇA); de l'altra, la promoció i formació amb nens de 6 a 14 anys, i finalment, les curses socials com el *Corrent fem Barça*.

Entre els atletes masculins més destacats trobem Àngel D. Rodríguez, corredor de 60 i

100 m; Jackson Quiñónez, de 110 m tanques; Manuel Olmedo, als 1.500 m; Dídac Salas, saltador de perxa; Ilias Fífa, fondista de 5.000 i 10.000 m, i el llançador de pes Carlos Tovalina.

En l'equip femení destaquen atletes com Natalia Rodríguez, dels 1.500 m; Esther Guerrero, als 800 m; les velocistes de 100 i 200 m Cristina Lara i Plácida Domínguez; i la llançadora de martell Laura Redondo. Al FC Barcelona es practiquen la majoria de les especialitats de l'atletisme. Fins a 51 atletes en

TOTS ELS ATLETES OLÍMPICS DEL FC BARCELONA

Els atletes del FC Barcelona han tingut una destacada presència en els Jocs Olímpics. La primera participació data dels Jocs d'Anvers el 1920, però des de Munic 72, el Barça sempre ha tingut atletes representant el Club a totes les edicions dels Jocs Olímpics d'estiu. L'èxit més important és la medalla de bronze a Los Angeles 84 de José Manuel Abascal als 1.500 metres. De fet, el FC Barcelona ha estat representat en 17 de les 28 cites olímpiques a l'època moderna dels Jocs.

<p>Carles Pajarón 200 m - 3r (sèrie 8) Teodoro Pons 10.000 m - 8è (sèrie 2)</p>	<p>Joan Junquera 100 m - 4t (sèrie 7) 200 m - 2n (sèrie 16) 6è (sèrie 2) Jesús Diéguez 10.000 m - 17è 5.000 m - 1a fase Miquel Palau 5.000 m - 19è (sèrie 3)</p>	<p>Emili Ferrer Marató - 52è Joaquim Miquel Casas 400 m - 3r primera ronda</p>	<p>Gregorio Rojo 5.000 m - 6è (sèrie 2) 10.000 m - 26è a la final</p>	<p>Tomàs Barris 1.500 m - 11è (sèrie 1) Josep Molins 5.000 m - 9è (sèrie 2)</p>	<p>Francesc Arizmendi 5.000 m - 4t primera ronda</p>	<p>Manuel Soriano 400 m tanques - 5è sèrie 1</p>	<p>Andreu Ballbé 800 m - 4t (sèrie 2) Xavier Martínez 4x100 m - 5ns (sèrie 1)</p>	<p>Antoni Corgos Salt llargada - 7è a la final Martí Perarnau Salt d'alçada - 2,15 m Carles Sala 110 m tanques - 7è a la segona semifinal</p>

EQUIPS ABSOLUTS TEMPORADA 2014/15	
HOMES	DONES
100 - 200 - 4X100	
Angel David	Plácida Martínez
Rubén Pros	Cristina Lara
Daniel Díez	Laura Hernández
Ivan Ramos	Ingrid Andres
Adrià Burriell	
400 - 800- 4X400	
Marc Orozco	Esther Guerrero
Pau Fradera	Martina Rodríguez
Albert Martínez	Marta Fernández
Lucas Bua	Laura Hernández
Sergi Torres	Geraxane Ussia
Iñigo Pérez	
800 - 1.500 - 3.000 - 3.000 obs. - cros	
Manuel Olmedo	Ingrid Pino
Francisco Roldán	Anna Bove
Ignacio Laguna	Jacqueline Martín
Marc Alcalá	Marta Romo
Alberto Imedio	Judit Sancho
Artur Bossy	Natalia Rodríguez
Ilias Fífa	Teresa Urbina
Ibrahim Ezzaidouiny	Vanessa Sancho
Azdelaziz N. Merzougui	Paula Hritiuc
Jonathan Romeu	Marta Galimany
Omar Salmouny	Marina Guerrero
RubenPalomeque	
110 m tanques 100 mt - 400 mt	
Jackson Quiñónez	Caridad Jerez
Arnau Erta	Alba Casanovas
Gerard Porras	Paulette N. Fernández
	Caridad Hernández
	Maria Abadal
400 m tanques	
Juan Enrique Valles	
Javier Delgado	
Yaudy Fernández	
Marxa	
Ferran Collados	Raquel González
Marc Guerrero	Paula Martínez Caheiro
Jose Ignacio Díaz	Sandra Troyano
Alçada	
Javier Bermeo	Claudia García Jou
Ugaitz Pérez	Marc Vico Rios
Carles Triado	Marta Segarra
David Bolado	Saleta Fernández
Perxa	
Didac Salas	Carla Franch
Marc vela	Raquel Gras
Llargada - triple	
Jean Marie Okuto	Viena Campos
Guillem Domingo	Mar Vico Rios
Jose A. Palomanes	Débora Claveras
Jaume Roca	Cora Salas
	Olatz Arrieta
	Elena Llobera
Pes - disc	
Eloi Rovira	Haja Gerwu
JJ Ortega	Clara Remacha
Pedro Jose Cuesta	Sabina Asenjo
Carlos Tobalina	Niria Pascual
Javelina	
Jordi Sánchez	
Alberto Rey	
Martell	
Moises Campey	Laura Redondo
Joan Bea	Gemma Fibla
Pedro Jose Martin	Andrea Leó



El 31 de gener es va celebrar a Sant Sebastià la XXXIV Copa de SM el Rei i SM la Reina de pista coberta, títol de Clubs més important en aquesta categoria. L'equip masculí es va proclamar campió revalidant el seu títol de l'any passat, amb una victòria molt destacada. Els blaugranes van sumar 96 punts, i van superar el Playas de Castelló (69), i el Simply Scorpio-71 (61 punts). Les noies van quedar subcampiones per darrere del València Terra i Mar i per sobre del Playas de Castelló. Cal destacar l'actuació del llançador de pes Carlos Tobalina, que amb una marca de 19,69 va aconseguir la mínima per al proper Campionat d'Europa. Els nois han obtingut sis primeres posicions, quatre de segones i una de tercera, mentre que les noies, tres primers llocs, dos de segons i quatre de tercers.

categoria masculina i 47 en categoria femenina, competeixen amb la samarreta blaugrana.

El primer guanyador de la prestigiosa i popular cursa de la Jean Bouin l'any 1920 va ser un atleta del club, Rossend Calvet, que a més era el secretari general del FC Barcelona. Molts dels atletes destacats de la primera època provenien dels equips de futbol, com Manuel Puig, porter reserva de Plattko, que va arribar a ser la primera figura del migfons espanyol.

Àngel Mur pare, massatgista del primer equip de futbol durant molts anys, també va ser atleta del Club i va ser campió d'Espanya de 3.000 obstacles en cinc ocasions. Un dels primers mites blaugrana de l'atletisme va ser Gregorio Rojo, que va participar en els primers Jocs Olímpics després de la Segona Guerra Mundial, a Londres 48, i va esdevenir un dels

atletes més populars de la seva època i, un cop retirat, entrenador de grans campions.

Un dels èxits internacionals més importants de la secció va ser el triomf de Francesc Arizmendi al Campionat d'Europa de Cros de 1964 a Dublín. La dècada prodigiosa, però, es va produir entre el 1975 i el 1986: es va guanyar la Lliga per clubs (1975 i 1978), i des del 1981 fins al 1986 sis vegades seguides. En pista coberta, es van guanyar les set primeres edicions, del 79 al 86, en cros, del 80 al 82 i de marató, del 82 fins el 86. Una època de màxima plenitud amb noms com Abascal, Martín Fiz, Benjamín González, Egido, Prieto, Torres, Cortés, Abellán, De la Parte, Rafa García, Heras, Arqués, Lloveras, Moracho, Sala, Corgos, Bécker o Colomán Trabado, campió d'Europa dels 800 metres.

Manel Alcalde

50 km marxa - 9è

Antoni Corgos

Salt de llargada - 10è a la final

Jordi Garcia

5.000 m - 9è (sèrie 1)

Carles Sala

110 m tanques - 7è a la final

Joan Torres

3.000 m obstacles - 9è (sèrie 2)

Javier Moracho

110 m tanques - 5è a la semifinal

José Manuel Abascal

1.500 m. - Medalla de bronze

Benjamín González

800 m - 4t primera ronda

4x400 m - 4t primera ronda

Angel Heras

400 m - 5è primera ronda

Javier Moracho

110 m tanques - 15è 2a ronda

Alfonso Abellán

Marató 64è

Jaume Barroso

50 km marxa - 14è

Daniel Martí

Salt de perxa, 5,40 m eliminat

Jesús Font

110 m tanques, 6è (sèrie 7)

Eva Pérez

20 km marxa, 27a

Iratxe Quintanal

Pes, 31a

Miquel Quesada

800 m, 3r (sèrie 5) eliminat

Carles Castillejo

5.000 m, 16è (sèrie 2) eliminat

Juan Carlos Higuero

1.500 m, 8è semifinal

Luis Flores

4x400 m, 7è primera ronda

Cora Olivero

400 m tanques, 5a primera ronda

Alessandra Aguilar

Marató, 54a

Manuel Olmedo

800 m, 4t primera ronda

Rubén Palomeque

3.000 m obstacles, 12è primera ronda

Iratxe Quintanal

Llançament de pes. Tres nuls primera ronda

Jackson Quiñónez

110 m tanques, 8è a la final

Sonata Milusauskalte

20 km marxa, 16a

Jackson Quiñónez

110 m tanques / 4x100, 4t primera ronda

Àngel David Rodríguez

100 m / 4x100, 5è primera ronda

Abdelaziz Merzougul

3.000 m obstacles, penúltim primera ronda

Nacho Cáceres

Marató, 31è





El president Bartomeu i els jugadors de les seccions Navarro, Sedano, Egurrola i Ariño, amb nens dels equips formatius, van protagonitzar l'acte d'inauguració.

Una ciutat poliesportiva

Els equips formatius de l'handbol i el futbol sala estrenen dos pavellons al recinte de Sant Joan Despí que reforcen l'aposta del Club per les seccions

T Jordi Clos **F** Santiago Garcés Villanueva

Des del 23 de gener, el FC Barcelona compta amb una nova instal·lació, que és el resultat d'una constant i ferma aposta poliesportiva del Club. Es tracta dels pavellons d'handbol i de futbol sala de la Ciutat Esportiva Joan Gamper, que permetrà impulsar la tasca formativa de les seccions professionals, al mateix temps que es reforça l'estratègia patrimonial.

En els darrers anys, les seccions han adoptat el model formatiu del futbol, amb estructura formativa pròpia i amb joves de les diferents seccions vivint a la Masia. Hi ha un total de 242 esportistes que juguen als equips formatius de les seccions, sis de bàsquet, cinc d'handbol, cinc de futbol sala i quatre d'hoquei patins.

Els pavellons van ser inaugurats amb un acte emotiu i audiovisual que va comptar amb l'assistència del president Josep Maria Bartomeu i d'Antoni Poveda, alcalde de Sant Joan Despí, el vicepresident esportiu Jordi Mestre, el directiu de patrimoni Jordi Moix, i els directius responsables de les seccions professionals, Joan Bladé (bàsquet), Susana

Monje (handbol), Javier Bordas (futbol sala) i Josep Ramon Vidal-Abarca (hoquei patins), així com esportistes dels equips formatius de les seccions i una representació dels primers equips, encapçalada pels capitans Juan Carlos Navarro, Paco Sedano, Aitor Egurrola i Aitor Ariño (en substitució del capità Víctor Tomàs, que disputa el Mundial d'handbol).

Compromís de la Junta

El president Josep Maria Bartomeu, que justament aquell dia complia un any al càrrec, va destacar: "Fa quatre anys vam agafar el compromís de fer créixer la Ciutat Esportiva. Vam acabar la Masia, vam recomprar una parcel·la per poder construir aquests tres pavellons per les seccions, i ens queda una altra parcel·la on se'n podria construir un altre". Dirigint-se als joves esportistes, el president els va encoratjar a gaudir d'aquesta oportunitat: "Esforceu-vos i sueu, lluiteu pel Barça".

Fins ara, el pavelló número 1, que ja estava construït, amb una superfície edificada de 3.346 m² i grades per a 472 espectadors,

ha permès entrenar-se i jugar els diferents equips formatius de bàsquet, handbol i, posteriorment, els de futbol sala. Ara s'han construït un segon i un tercer pavelló, sobre la parcel·la recomprada l'any 2010 a la mateixa Ciutat Esportiva, que permetran jugar i entrenar-se tots els equips formatius d'handbol i futbol sala, així com puntualment els respectius primers equips. En una tercera fase es podria plantejar un nou pavelló, per a l'hoquei i seccions amateurs.

Els dos pavellons nous es disposen en dos nivells (l'un damunt de l'altre) en un cos edificat annex al pavelló esportiu cobert existent. Totes dues construccions disposen d'il·luminació natural matisada per evitar l'enlluernament. El pavelló inferior (futbol sala) de la planta soterrani disposa d'uns finestrals per on entra la llum natural a partir d'un pati anglès. El pavelló superior (handbol) té els finestrals a ambdues façanes i, a part, disposa d'una gran lluernia a coberta. Els nous edificis s'han construït seguint sistemes de millora d'eficiència energètica.



DADES TÈCNIQUES DELS PAVELLONS

Superfície total construïda: 4.922,38 m² / Inversió: 4.040.000 €

Empresa constructora: FCC / Període de durada de les obres: Del 27-11-2013 al 24-12-2014



PAVELLÓ D'HANDBOL

Superfície útil: 2.154,91 m²

Capacitat: 251 seients a grada + 7 llocs per a persones amb cadira de rodes.

Zones: Vestidors d'equips, serveis mèdics i de fisioteràpia, àrees per als tècnics esportius, sala de vídeo i magatzems, grades i serveis de públic.



PAVELLÓ DE FUTBOL SALA

Superfície útil: 2.286,65 m²

Capacitat: 245 seients a grada + 5 llocs per a persones amb cadira de rodes.

Zones: Vestidors d'equips, serveis mèdics i de fisioteràpia, àrees per als tècnics esportius, sala de vídeo i magatzems, grades i serveis de públic.



ÀREES DE SERVEIS COMUNS

Superfície: 599,99 m² / Zones: Gimnàs, sala de reunions i vestidors d'àrbitres. Àrees tècniques i de manteniment.



EQUIPS FORMATIUS DE LES SECCIONS

242 esportistes juguen als equips formatius de les seccions

Bàsquet: 6 equips, 68 esportistes

Handbol: 5 equips, 83 esportistes

Futbol sala: 5 equips, 65 esportistes

Hoquei patins: 4 equips, 26 esportistes



Ramon Cierco, Josep Maria Bartomeu, Takashi Murakami, Anthony Lake, Essa Al Mannai i Ramon Pont, en la presentació del projecte a Nova York.

El Barça i l'Unicef estrenyen els seus llaços amb '1 in 11'

La Fundació FCB impulsa una campanya global per millorar l'accés a l'educació dels nens amb protagonisme del projecte 'FutbolNet'

Marc Parramon

Aquest mes de gener es va estrenar als cinemes el documental *Camino a la escuela*, un treball que ens mostra les dificultats que tenen infants de diferents latituds per arribar als seus centres educatius. La cinta de Pascal Plisson ens ensenya, alhora, que no hi ha obstacles que no es puguin vèncer quan un infant vol arribar als llibres. Desafortunadament al món també hi ha milions de nens que no poden

accedir a l'escola, no per dificultats físiques, sinó perquè directament no se'ls dona aquesta opció. Per mirar de revertir, tant com sigui possible, aquesta situació, l'art, l'esport i l'educació s'han aliat en la nova campanya solidària impulsada per la Fundació FC Barcelona. Tres disciplines distintes i, sovint distants, que gràcies a la campanya '1 in 11' ('1 de cada 11') han teixit vasos comunicants a favor de l'educació.

Al primer món és recurrent parlar de fracàs i abandonament escolar, però cal tenir en compte també que a tot el món estan sense escolaritzar un de cada onze nens en



LEO, SERENA I EL REPTE DELS TOCS



Un projecte d'aquest nivell necessitava uns ambaixadors que estiguessin a l'altura. '1 in 11' ha incorporat al seu equip ni més ni menys que Leo Messi i Serena Williams, dues estrelles indiscutibles en les seves disciplines respectives (futbol i tenis), que, alhora, són ambaixadors de bona voluntat de l'Unicef. És a dir, dos esportistes que han demostrat sobradament que volen associar la seva imatge a quelcom més que els rectangles de joc i les marques comercials. A més, ambdós compten amb les seves respectives fundacions. L'argentí i la jugadora dels Estats Units han participat en el projecte cedint la seva imatge i assumint *El repte dels tocs de pilota*, un desafiament que s'ha estès per les xarxes socials amb l'etiqueta #1in11 en què es veu Messi i Williams fent onze tocs de pilota seguits amb les esfèriques de cadascun dels seus esports. Messi va fer públic el seu repte al seu compte oficial del Facebook i en poques hores va obtenir gairebé 2 milions de visualitzacions. Qui s'anima a fer el mateix?



REpte DELS TOCS DE SERENA WILLIAMS

REpte DELS TOCS DE LEO MESSI



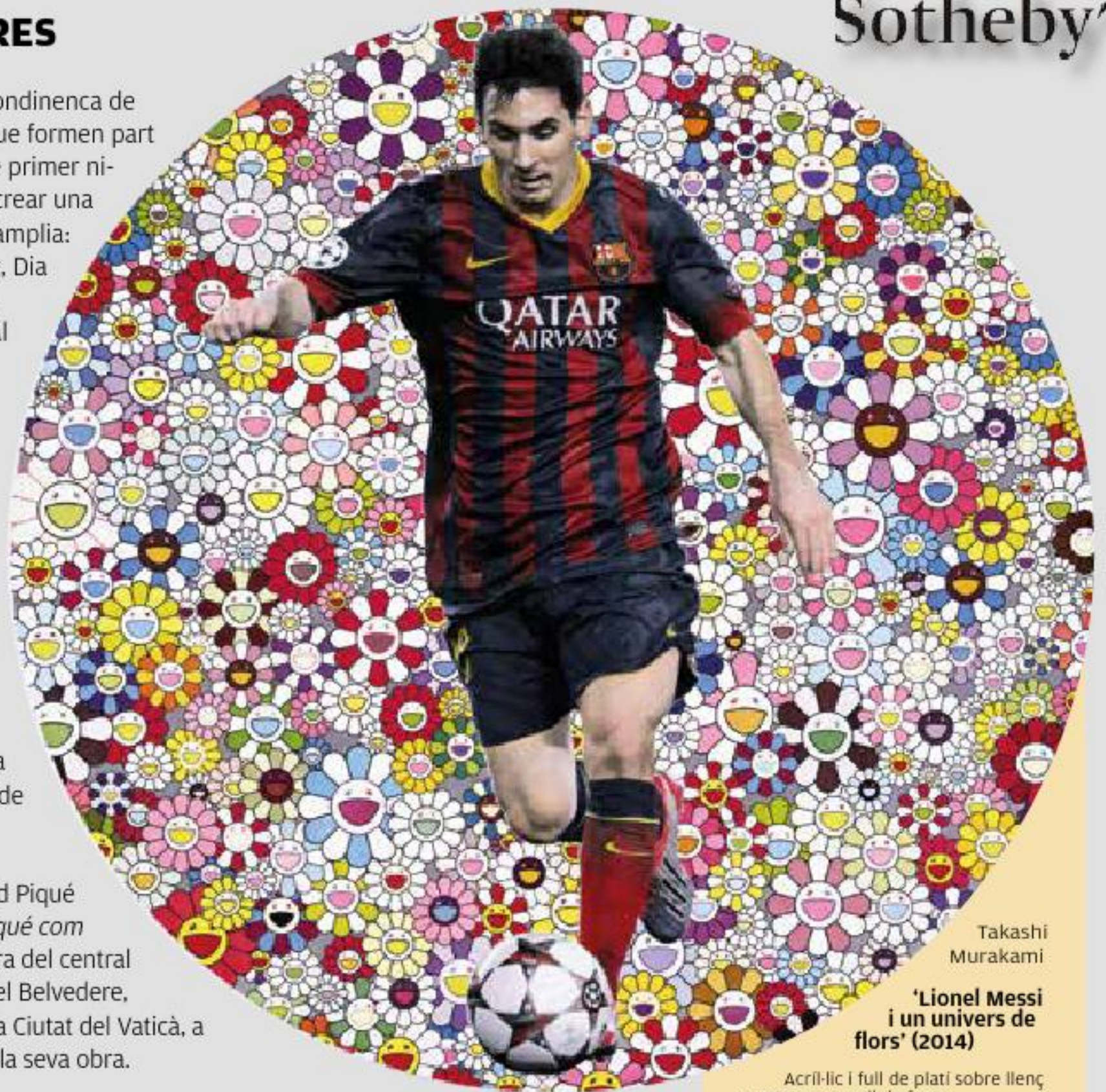
SUBHASTA D'ART A LONDRES

Aquest mes de febrer es duu a terme a la seu londinenca de Sotheby's la subhasta de totes les obres d'art que formen part de '1 in 11'. El projecte ha convidat 17 artistes de primer nivell del panorama artístic mundial a donar o a crear una obra d'art per al projecte. La llista d'artistes és àmplia: Takashi Murakami, Damien Hirst, Cai Guo Qiang, Dia Azzawi, El Seed, Etel Adnan, Francesco Vezzoli, Jeff Koons, Jenny Holzer, Luc Tuymans, Manal Al Dowayan, Marc Newson, Richard Serra, Shirin Neshat, Wael Shawky, Yan Pei-Ming i Yousef Ahmad. Tres d'aquests artistes (el japonès Murakami, el britànic Hirst i l'italià Vezzoli) s'han inspirat en jugadors del FC Barcelona per crear les obres que han cedit.

Murakami ha fet l'obra *Lionel Messi i un univers de flors*, en què una fotografia del crac argentí surt envoltada de les seves *Kaikai Kiki*, unes flors somrients habituals en els seus treballs. L'art d'aquest toquiota, considerat l'Andy Warhol japonès, transita entre el pop i el manga i l'ha dut, fins i tot, a ser col·laborador habitual de la marca Louis Vuitton.

L'artista Francesco Vezzoli s'ha inspirat en Gerard Piqué i en el món clàssic per crear *Retrat de Gerard Piqué com l'Apol·lo del Belvedere*. L'italià ha reproduït la cara del central del Barça en un bust de l'escultura de l'Apol·lo del Belvedere, icona de l'escultura romana que es pot veure a la Ciutat del Vaticà, a qui ha afegit unes llàgrimes, signe d'identitat de la seva obra.

Finalment Damien Hirst, que ha arribat a vendre obres per 14 milions d'euros i es diu d'ell que és l'artista viu més ben pagat del món, signa *Preciosa pintura centrífuga de Messi per a One in Eleven*. Aquest controvertit artista britànic és famós per incendiar l'univers artístic mundial als anys 90 amb una polèmica obra en què va introduir un tauró dins d'un tanc de formol.



Takashi Murakami

'Lionel Messi i un univers de flors' (2014)

Acrílic i full de plati sobre llenç muntat en panell de fusta 180 cm de diàmetre

edat de rebre ensenyament primari, i d'aquí ve el nom del projecte. Això vol dir 58 milions dels 650 milions d'infants que hi ha al món. Davant d'aquesta situació la Fundació FC Barcelona, l'Unicef i l'ONG qatariana Reach Out To Asia (ROTA) han unit esforços per tal que, partint de l'art, l'esport pugui jugar un rol essencial en l'educació dels infants. La majoria d'aquests infants que mai arriben a l'escola està entre els més desfavorits i vulnerables: nens que viuen en zones en conflicte, nens amb pobresa extrema, nens amb discapacitats i nens de comunitats indígenes.

Les línies mestres de la campanya '1 in 11' presentada el mes de gener passat a Nova York són senzilles. Un grup d'artistes de primer nivell internacional han donat 17 obres amb l'objectiu de ser subhastades per l'empresa britànica Sotheby's. Els fons recaptats aniran destinats a l'Unicef per tal que, de la mà de la Fundació FC Barcelona i de ROTA, s'implementin projectes educatius a Bangla Desh, Indonèsia i el Nepal que millorin l'accés a l'educació dels infants. Els tres països tenen mancances molt particulars en l'àmbit educatiu que aquest projecte ajudarà a pal·liar.

Actualment a Indonèsia el 70% dels nens amb discapacitats que estan en edat escolar

no tenen accés a l'educació. Els pares tenen baixes expectatives en el seu potencial i, si arriben a estar escolaritzats, sovint deixen l'escola per culpa de l'estigmatització. En aquest país el projecte s'aplicarà a sis districtes de l'oest de Java, Java central i Java oriental i a les províncies del sud de Sulawesi i Jakarta.

Al Nepal actualment hi ha mig milió de nens d'entre 5 i 12 anys que no van a l'escola, en gran part perquè a les zones rurals i remotes les escoles públiques tenen un finançament insuficient. En aquest país es treballarà en deu districtes identificats com a prioritaris, on s'inclouen també les regions muntanyoses.

I a Bangla Desh, tot i que la taxa neta de matriculació escolar és de més del 97%, encara hi ha uns 6 milions de nens de 5 a 13



Francesco Vezzoli

'Retrat de Gerard Piqué com l'Apol·lo del Belvedere' (2014)

Impressió d'injecció de tinta sobre llenç, brodat metàl·lic, marc artístic 54 x 45 x 5cm



Damien Hirst

'Preciosa pintura centrífuga de Messi per a One in Eleven' (2014)

Lacatge sobre llenç, 121,9 x 121,9 x 3 cm; tríptic

anys que estan fora del circuit educatiu. Els experts apunten que un dels estigmes que cal desmuntar és el fet que gairebé el 50% dels pares creu que un nen de menys de 6 anys és massa jove per anar a l'escola.

En el marc de les accions educatives que s'engegaran en aquests països s'inclourà la metodologia educativa més internacional de la Fundació FC Barcelona, el projecte *Futbol-Net*. Es tracta d'una contrastada eina educativa que fomenta els valors i la cohesió social a través de l'esport, que s'aplica a més de 40 països del món i a una vintena de localitats catalanes. Fins ara el Comitè Olímpic Internacional (COI) i la mateixa Unicef han avalat i reconegut l'eficiència d'aquesta proposta de transmissió de valors a través del futbol que

ja fa les delícies d'infants de llocs tan distants com el Brasil i Moçambic.

"Aquesta aportació ens enorgulleix, ja que l'esport i l'educació sempre han estat part de la identitat del nostre club", va assegurar el president del FC Barcelona, Josep Maria Bartomeu,

"ESPORT I EDUCACIÓ SEMPRE HAN ESTAT PART DE LA IDENTITAT DEL BARÇA"

a l'acte de presentació de '1 in 11' a Nova York el 9 de gener passat. La posada de llarg del projecte es va dur a terme a la seu de l'Unicef de la ciutat dels

gratacels, al carrer 44 amb la 1a avinguda, amb la presència també dels directius i vicepresidents de la Fundació

Ramon Pont i Ramon Cierco, i d'Essa Al Mannai, director executiu de ROTA. Allà, Anthony Lake, director executiu de l'Unicef, a més de mostrar un cop més el seu incondicional barcelonisme, va assegurar en un brillant discurs que "tots els nens tenen dret a aprendre, a jugar i a créixer, i la campanya '1 in 11' ajudarà més nens a aconseguir-ho".

Els fons que es destinaran als projectes no només surten de la subhasta, sinó que tothom qui ho vulgui també pot fer la seva aportació a través de www.1in11.org, el web oficial de la campanya. Per fer d'altaveu de la iniciativa ningú millor que dos esportistes d'elit que arrossegueu milions de fans: Leo Messi i la tenista nord-americana Serena Williams.

ÀMPLIA REPERCUSSIÓ INTERNACIONAL DE '1 IN 11'



El president Bartomeu atenent Univisión Deportes a Nova York.

La campanya '1 in 11' va ser rebuda amb molt d'interès tant per la premsa nacional com per la internacional. El projecte es va estendre com la pólvora per les capçaleres d'arreu, entre les quals destaquen *The Guardian*, el *Daily Mirror*, *The Japan Times*, el *Wall Street Journal* o l'*International Business Times*. La presència de Josep Maria Bartomeu a Nova York va suscitar l'interès de nombrosos canals televisius que van voler entrevistar el president. A més de la premsa catalana i espanyola amb corresponsalies als Estats Units, Bartomeu va concedir entrevistes a cadenes esportives líders mundials com ESPN, Univision Deportes i Bein Sports.



OMPLIM EL CAMP NOU.

VINE O ALLIBERA.

**seient
lliure**



Com es pot alliberar?

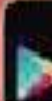
seientlliure.cat

902 18 99 00

App



Consiguelo en el
App Store



DISPONIBLE EN
Google play





F FCB / Foto Studio Equipe / Miguel Ruiz - FCB



1 - Un camp esportiu a l'aire lliure ocupa la zona central de l'Institut. Al costat, l'edifici d'aules i serveis assistencials. **2** - Un ampli menjador amb cuina pròpia oferirà diàriament àpats calents als beneficiaris. **3** - Entre l'oferta sanitària del centre hi ha un servei d'odontologia amb instal·lacions pròpies. **4** - A la piscina s'hi impartiran cursos de natació i activitats aquàtiques. **5** - La família del brasiler (pare, mare, germana i fill) també van estar presents a la posada de llarg del projecte. **6** - El vicepresident de la Fundació, Ramon Cierco (esquerra), durant la roda de premsa de presentació del centre, acompanyat del pare de Neymar i altres representants institucionals.

Neymar, compromès amb la seva gent

Amb la col·laboració de la Fundació, el brasiler va inaugurar l'Institut Projeto Neymar Jr, un complex ludicoeducatiu ubicat al barri on ell va créixer



Marc Parramon

És un projecte personal, de lligam amb la comunitat. Un projecte de família amb l'objectiu d'oferir als infants allò que Neymar no va tenir quan era nen. Aquestes són les premisses en què es basa l'Institut Projeto Neymar Jr, l'ambiciosa iniciativa solidària que l'11' del Barça ha impulsat al l'humil barri de Jardim Glória de la ciutat brasilera de Praia Grande, l'entorn on ell va créixer, al sud-est del país. Les instal·lacions del l'Institut es troben a tan sols dos carrers de la que va ser la casa de la seva infància. És en essència un retorn als orígens, un gest de compromís amb la seva gent que diu molt del crac brasiler.

La instal·lació es va inaugurar el 23 de desembre passat amb una gran festa que ni la intensa pluja va poder aigualir (aquells dies, a començaments d'estiu, la regió de la Baixada Santista va registrar les precipitacions més intenses dels últims 30 anys). L'Institut Projeto Neymar Jr disposa de 8.400 m² i atindrà uns 2.300 beneficiaris directes d'entre 7 i 14 anys i uns 10.000 d'indirectes.

Per als més menuts el centre oferirà, entre d'altres, activitats de futbol, natació, lectura, escriptura i informàtica, així com diversos serveis sanitaris. Per a les famílies, a les quals també estarà obert, l'Institut proposarà cursos d'alfabetització i de reciclatge, a més de

sessions formatives sobre salut, finances, etc.

La Fundació, com a entitat col·laboradora, aporta a l'oferta pedagògica del centre el programa de foment de valors 'FutbolNet'. Durant el mes de gener una quarantena d'educadors van assistir als seminaris formatius sobre aquesta metodologia impartits per tècnics de la Fundació a la seu de l'Institut. A partir del mes de març començaran totes les activitats. "Aquestes instal·lacions són formidables i tenen un gran potencial. Creiem que el projecte *FutbolNet* serà un gran complement educatiu", va recordar Ramon Cierco, vicepresident de la Fundació, durant la inauguració dels nous espais.

Gonçalves de Andrade, 'Tostão', guanya el Vázquez Montalbán

El jurat ha escollit l'exfutbolista i comentarista esportiu brasiler per la seva "excel·lència periodística, present a les seves columnes, peces d'un esperit lliure i lúcid"

"Tostão escriu com jugava", diu Juca Kfourri, el prestigiós periodista esportiu brasiler, al pròleg d'*A perfeição não existe*, un llibre que recull les millors columnes de Tostão a la *Folha de São Paulo*. No hi pot haver un elogi millor a l'obra d'un home que pertany per mèrits propis a l'Olimp dels grans futbolistes. A Eduardo Gonçalves de Andrade, nascut a Belo Horizonte el 1947, se'l coneixia des de nen com *Tostão*. Va ser el seu sobrenom com a jugador i és la seva signatura com a columnista. I el seu llegat és igualment impressionant en les dues facetes.

Abans que s'hagués de retirar per un despreniment de retina als 27 anys, Tostão ja havia expressat tot el seu talent a l'època daurada del futbol brasiler. La seva carrera va començar al Cruzeiro, club del qual encara és el màxim goleador. Amb 19 anys va participar en el Mundial del 1966. Va jugar un partit i va marcar un gol, però el Brasil va ser eliminat a la primera ronda, un resultat que va provocar dures crítiques i un agre debat en el qual es qüestionava la vigència del tradicional estil brasiler.

Quatre anys més tard, el Brasil va fascinar el món al Mundial de Mèxic 1970. Probablement és l'equip més admirat de tots els temps. Poques vegades s'ha vist una barreja tan ben aconseguida d'enginy, habilitat, intel·ligència, voluntat competitiva, organització i compromís col·lectiu. El resultat va anar més enllà de la victòria en aquell torneig inoblidable. La selecció brasilera va establir una cosa semblant al cànon del futbol. Des d'aleshores, tots els grans equips es comparen amb el record del Brasil 70.

Tostão era un jugador fonamental en aquell equip d'estrelles, encapçalades per Pelé. Uns mesos més tard de patir la lesió a l'ull que l'acabaria retirant prematurament del futbol, Tostão va ser un manual amb botes al Mundial del 1970. D'alçada mitjana, gens imponent pel seu aspecte, coneixia tots els secrets del futbol. Tostão jugava en punta, volantjava amb els centrecampistes, apareixia pels costats i era pràcticament indetectable pels defenses centrals. Jugava a un o dos tocs i era un mestre de les parets, del teva-meva, però es guardava el recurs de l'habilitat quan ho demanava la jugada. Res

era més efectiu que associar-se amb Tostão, i ningú en va sortir més afavorit que Pelé.

Va marcar dos gols a Mèxic 70, va fer sis passades de gol i va protagonitzar moments inoblidables, entre d'altres la sotana a Bobby Moore en la jugada prèvia al gol contra Anglaterra i la famosa passada filtrada a Clodoaldo en el primer gol a l'Uruguai. A la final, el seu sentit solidari del joc es va fer

Va acabar un somni i en va començar un altre. Es va matricular a la Facultat de Medicina de la Universitat Estatal de Minas Gerais. Es va llicenciar el 1981. Va exercir la medicina durant més d'una dècada. Va ser professor universitari i també va estudiar Psicologia. L'any 1994 va rebre una oferta per treballar com a columnista de futbol al *Diário do Tarde*, de Belo Horizonte; les seves anàlisis

van ser molt seguides pels lectors i també pels principals diaris brasilers. L'any 1997 va començar la seva col·laboració al *Jornal do Brasil*. I dos anys després es va incorporar al *Folha de São Paulo*, el principal diari brasiler.

Juca Kfourri té raó. *Tostão* escriu com jugava. Les seves columnes són curtes, elegants, contundents, sense concessions demagògiques, amb un finíssim sentit de l'humor, didàctiques però sense rastre d'arrogància, plenes d'humanitat i profundes conviccions. Explica que gairebé no havia escrit res a la seva joventut, o fins i tot durant el seu període universitari. En canvi, sempre va ser un gran lector. "*Escrivint vaig aprendre a escriure, llegint els columnistes de la Folha de São Paulo i d'altres diaris.*



palès en la persecució de l'italià Juliano, una acció defensiva que va ser l'inici de la memorable jugada del quart gol. Nou jugadors van arribar a participar en una acció en què els brasilers van ser l'Ajax abans de l'Ajax.

TOSTÃO VA ABANDONAR EL FUTBOL EL 1973, ES VA LLICENCIAR COM A METGE EL 1981 I EL 1994 VA COMENÇAR A TREBALLAR COM A COLUMNISTA A LA 'FOLHA DE SÃO PAULO'

Des que de ben jove va debutar al Cruzeiro, Tostão es va distingir per trobar sempre la millor solució als problemes amb què es trobava; era un jugador minimalista, exquisit, a la recerca constant de la concisió. Va aplicar més bé que ningú la vella màxima de Mies van der Rohe: menys és més. Va abandonar el futbol el 1973, després de dues operacions a l'ull fet malbé per un cop de pilota de Ditao, lateral del Corinthians, el 1969.

Cadascun amb el seu estil. Vaig aprendre de tots", acostuma a dir Tostão.

Han passat 20 anys des que va començar el seu recorregut periodístic. Probablement és el columnista més prestigiós del Brasil, encara que el seu hipercrític caràcter li impedeixi acceptar-ho. En tots els seus escrits aborda amb passió i rigor l'univers del futbol, territori de puntes in comptables que Tostão descobreix de manera brillant als seus lectors. La seva mirada és tan incisiva com panoràmica. Crític d'aquells que han desnaturalitzat el futbol brasiler, gran defensor de l'enginy, la tècnica, la bellesa i la solidaritat, Tostão no ha dubtat mai a transmetre la seva admiració pels jugadors i els equips que manifesten aquestes qualitats. Entre aquests, el Barça. Al Mundial del Brasil, després de l'eliminació de la selecció espanyola, va qualificar d'enorme la contribució del Barça al futbol del nostre temps. L'homenatge, doncs, adquireix un significat especial perquè prové d'un mític futbolista i extraordinari escriptor.

Glossa del jurat del Premi Internacional Vázquez Montalbán, categoria periodisme esportiu



“El Barça és l’equip que més m’ha impressionat en els últims anys”

Lucas Duarte

Eduardo Gonçalves de Andrade (Belo Horizonte, 1947), més conegut amb el nom de *Tostão*, com se'l coneixia quan era futbolista del Cruzeiro i de la selecció brasilera dels anys 60 i 70, ha estat escollit com a guanyador del Premi Internacional de Periodisme Vázquez Montalbán que concedeix la Fundació del FC Barcelona i el Col·legi de Periodistes de Catalunya. És el reconeixement a la seva tasca com a columnista en diferents publicacions brasileres, la més coneguda de les quals és a *Folha de São Paulo*. Aquest guardó, que arriba a la seva onzena edició, pretén retre homenatge a la figura i l'obra de Manuel Vázquez Montalbán, periodista que va fer de l'ètica, el compromís social i l'autocrítica una constant en el seu exercici professional.

Què significa per a vostè rebre aquest premi?

És un gran honor. Em vaig quedar molt emocionat i sorprès perquè mai hauria pogut imaginar que guanyaria un premi internacional pel que escric, i això m'ha deixat molt satisfet. No sabia que coneixien els meus articles a Europa. He concedit entrevistes per a mitjans espanyols i fins i tot he escrit articles per a *El País*, però no sabia que el que escric aquí tenia alguna repercussió fora del Brasil. Considero aquest premi un gran reconeixement per la meva feina i em vaig sentir molt feliç perquè era una cosa que no m'esperava.

Com va ser rebre la notícia que era el guanyador?

Era a casa quan vaig rebre una trucada d'algué que em deia que era del FC Barcelona. Al principi, no me'n vaig fiar gaire i vaig pensar que m'estaven fent una broma. Però quan em vaig adonar que anava de debò, vaig estar molt content. Quan saps que ets candidat a algun premi, pateixes amb l'ansietat de no saber si ho guanyaràs o no. En aquest cas, no vaig haver de passar per això i així és encara millor. Estic molt feliç i emocionat.

“EL BARÇA REPRESENTA EL FUTBOL QUE EL BRASIL HA JUGAT EN EL PASSAT I QUE LI AGRADARIA TORNAR A JUGAR ALGUN DIA”

Com tracta el seu text perquè sigui agradable tant per a la crítica com per al lector en general?

Intento fer el comentari tècnic sobre la tàctica al camp, que és una part que m'agrada molt i és difícil d'explicar en el curt espai que hi ha en una columna. D'altra banda, a mi també m'agrada la poesia, el misteri i la literatura. Llavors, busco escriure alguna cosa tècnica, precisa i directa, però que alhora tingui profunditat i sigui agradable per al lector. És molt difícil barrejar tot això i quan ho faig veig que a les persones els agrada. Crec que als lectors

també els agrada el meu fort sentit crític, que utilitzo de la mateixa manera per a tothom.

Com analitza la importància del periodisme esportiu en l'actualitat?

Crec que és una cosa fonamental, una part activa i important de l'esport, que ja forma part d'aquest context. No obstant això, com en totes les professions, hi ha el periodisme bo i dolent. De qualsevol manera, veig el periodisme com una activitat difícil. Al mateix temps que el professional ha de ser competent i independent, es troba immers en un complicat context de relacions socials. Jo m'he apartat de coses com esdeveniments i promocions per tenir total independència a l'hora d'escriure. Crec que això és important.

Quins cronistes li van servir com a inspiració?

A mi m'encantava llegir Nelson Rodríguez i sóc un fanàtic dels seus articles. Moltes vegades intento utilitzar el seu estil, utilitzant figures del llenguatge. Som persones molt diferents i per això crec que mai aconseguiria fer un text igual al seu. Els seus articles són fantàstics. Sempre m'ha agradat l'estil més literari, teatral i ell convertia el futbol en una obra de ficció. També hi havia l'Armant Nogueira, autor d'un text refinat. Hem treballat junts a la televisió. Era una persona extremadament culta i jo sempre llegia el que escrivia. Ell fins i tot em va donar molts consells quan vaig començar la meva etapa com a cronista.

Vostè era conegut en la seva etapa com a jugador per ser una persona culta i preocupada amb els problemes socials. Què llegia que cridava tant l'atenció?

Sempre m'ha agradat llegir, però mai he estat un intel·lectual, tampoc un profund coneixedor de la literatura. El que em cridava l'atenció era que la majoria dels jugadors no tenia el costum de llegir, de saber el que passava al país. Jo sí que tenia aquest interès i buscava informar-me. En realitat, jo era un jove normal que estava en un mitjà en què la majoria només pensava a jugar a futbol i comprar roba bonica. Res en contra, cadascú que faci el que vulgui, però potser per ser una mica diferent tots em veien com un intel·lectual.

“AQUEST PREMI, ÉS UN GRAN RECONeixEMENT A LA MEVA FEINA. NO SABIA QUE CONEIXIEN ELS MEUS ARTICLES A EUROPA”

La seva carrera esportiva es va desenvolupar durant la dictadura militar brasilera. Vostè sempre es va mostrar en contra del règim i va afirmar que els militars van donar ús polític al títol mundial del 1970. Això li ha generat algun problema?

El títol mundial del 70 i aquell equip espectacular van ser, sens dubte, usats per la dictadura com a forma d'ocultar i fer que les persones oblidessin, entre altres coses, les atrocitats comeses en aquella època. Però això és normal, les dictadures i fins i tot els règims democràtics sempre van utilitzar les figures públiques per enfortir-se. Jo odiava la dictadura i he fet moltes declaracions en contra de la falta de llibertat, però mai vaig tenir problemes. No era un activista dels més implicats ni tampoc formava part d'algun moviment d'oposició al règim.

Quin és el seu primer gran record de la



Tostão va ser un puntal de la 'canarinha' dels anys 60 i 70.

història del FC Barcelona?

El meu primer record del Barça va ser gràcies a Johan Cruyff. Ell m'agradava molt com a jugador i quan el Barcelona el va fitxar el 1973 vaig començar a seguir l'actualitat del Club. Més tard, com a cronista, també he estat un gran admirador de l'estil del Barça en la seva etapa com a entrenador, al qual Guardiola donaria continuïtat més tard. En els últims 20 anys, que coincideixen amb la meua etapa com a cronista, el Barça és l'equip que més m'ha impressionat. Fins i tot vaig arribar a anar a veure un partit al Camp Nou durant l'època de Ronaldinho Gaúcho.

El Brasil és el segon país estranger que més jugadors ha tingut del Barça en la seva història. Alguns d'ells, inoblidables, com Evaristo, Romário, Ronaldo, Rivaldo i Ronaldinho. Com analitza aquesta connexió tan forta entre el Barça i el Brasil?

Realment és una relació molt propera. És normal al Brasil veure nens amb la samarreta del Barça i es parla molt del Club. Fins i tot quan no juga gaire bé, tots es recorden del Barça com un símbol del futbol mundial. També ajuda el fet d'haver tingut a la seva plantilla alguns dels millors jugadors del futbol brasiler. Al Brasil hi ha una dita que explica que el Barcelona és el millor lloc per a un brasiler perquè té un estil on el jugador podrà ensenyar totes les seves qualitats. Crec que el Barça representa el futbol que el

Brasil ha jugat en el passat i que li agradaria tornar a jugar.

Llavors, en la seva opinió, el Barça d'ara és el Brasil d'abans?

Al Brasil sempre tornen a passar la final del Mundial de Clubs en què el Barça va guanyar el Santos, per les declaracions de Guardiola després del partit. Ell va dir que el Barça jugava el futbol del Brasil que el seu pare i avi li explicaven i això va tenir una repercussió molt positiva aquí. Va fer que la gent es fixés que el nostre futbol està perdent la seva essència. Alhora, va fer augmentar l'admiració dels brasilers pel Barça. La gent veia el Barcelona com un rescat del futbol que sempre juguem i que somiem tornar a jugar un dia. Un estil on és possible jugar bonic i guanyar.

Neymar, Messi i Suárez, creu que és el trident que més s'ha apropiat a la qualitat del que hi havia al Mundial del 70, format per Pelé, Tostão i Jairzinho?

[Rialles] És difícil, però penso que seria un empat. Jairzinho i jo estaríem al nivell de Suárez, però no al de Messi i Neymar, que són dos fenòmens. Però Pelé ens ajudaria a apujar aquest nivell. Ell estava molt per sobre dels altres. En la seva època, va ser més gran del que Messi i Cristiano són avui. Una cosa impressionant, el millor que he vist jugar i crec que gràcies a ell aquesta comparació seria un empat.



UN PREMI DE LA FUNDACIÓ FCB I EL COL·LEGI DE PERIODISTES

La categoria de periodisme esportiu del premi està convocada per la Fundació FC Barcelona i el Col·legi de Periodistes de Catalunya, i la seva entrega es durà a terme durant el 2015. El jurat ha estat format per Josep Maria Bartomeu, Ramon Pont, Ramon Cierco, Carles Vilarrubí, Josep Cortada, Mònica Terribas, Joaquim Maria Puyal, Borja de Riquer, Jordi Basté, Josep Maria Solé i Sabaté, Anton M. Espadaler, Jaume Pujol-Galceran, Ramon Besa, Santiago Seguro, Xavi Folch i Sergi Pàmies.



TOTS ELS GUARDONATS

- 2004 **PATRICK MIGNON**
- 2005 **JOAQUIM MARIA PUYAL**
- 2006 **JUAN VILLORO**
- 2007 **SIMON KUPER**
- 2008 **CANDIDO CANNAVÒ**
- 2009 **RAMON BESA**
- 2010 **EDUARDO GALEANO**
- 2011 **SANTIAGO SEGUROLA**
- 2012 **NICK HORNBY**
- 2013 **SERGI PÀMIES**
- 2014 **EDUARDO GONÇALVES DE ANDRADE, 'TOSTÃO'**



A l'altra banda del focus

L'argentí Juan Pablo Sorín, que va ser lateral del Barça en una breu i esvalotada etapa l'any 2003, és ara un reputat analista futbolístic al Brasil

Jordi Clos

Entre la multitud de comentaristes de mitjans internacionals que hi ha al Camp Nou en partits de màxima expectació, a vegades, n'hi ha un que ha tastat l'explosió de sensacions que significa vestir la samarreta blaugrana. És l'exjugador Juan Pablo Sorín, ara locutor a ESPN per al Brasil. L'antic carriler esquerre amb predilecció per atacar analitza i explica el futbol a través de les càmeres o de publicacions escrites. La seva característica cabellera s'ha moderat i ja no l'acompanya la barbata. Amb vestit i corbata per exigències del guió, s'expressa amb serenitat, seguretat i coneixement de causa.

"Tota la meua vida he escrit; contes, poesia, cròniques... El meu pare és arquitecte, però la meua família sempre ha tingut inquietud literària, sempre hi va haver molts llibres a casa. I a mi em cridaven l'atenció. Vaig començar a escriure públicament a l'Argentina, fa molts anys, quan jugava al River Plate, i també feia ràdio", explica Sorín, a qui durant molt temps van il·luminar els focus des de la gespa.

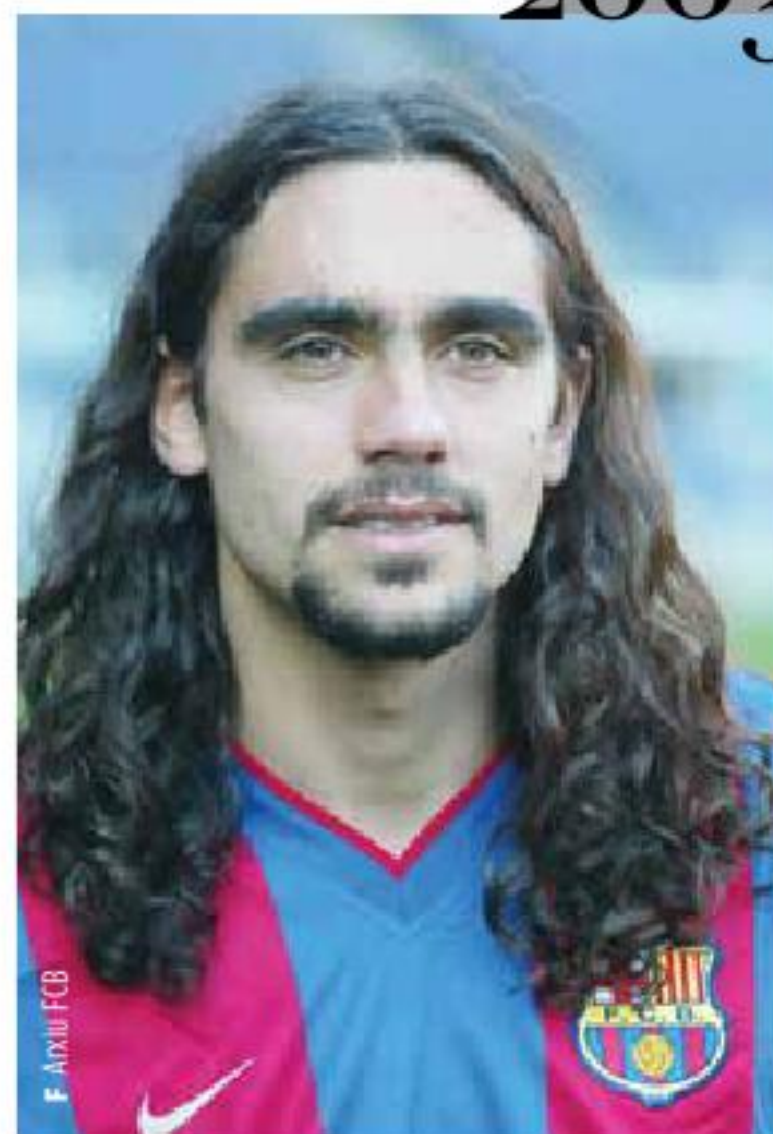
A les files dels *millonarios*, a la segona

meitat dels noranta, va confirmar els bons presagis que se li auguraven quan va sorgir de l'Argentinos Juniors i que no havia tingut temps de certificar en un període efímer a la Juventus.

ARRIBA EN UN HIVERN GÈLID, AMB CANVI D'ENTRENADOR I DE PRESIDENT

Posteriorment, el seu pas pel Cruzeiro el va convertir en una institució al club i al Brasil. Un fet insòlit per a un argentí. El 2002, després de participar en la decebedora actuació de l'*albiceleste* al Mundial de Corea i el Japó, el Cruzeiro va cedir el lateral a una Lazio amb greus problemes econòmics. Aquestes urgències financeres dels italians són les que el portarien al Barça, també a préstec, a la segona meitat del curs 2002/03. L'equip cobria així la llarga lesió d'un jove Fernando Navarro, que s'havia guanyat la confiança de Louis van Gaal.

Que el club català no estava vivint un dels seus millors hiverns se'n va adonar des del



primer dia. Literalment. La presentació de Juan Pablo Sorín va ser l'endemà de la del nou tècnic, Radomir Antic, i una setmana més tard dimitiria el president Joan Gaspart. Els mals resultats a la Lliga havien condemnat Van Gaal: el Barça era 15è a la jornada 20, a tres punts del descens. "Sempre vaig ser lluitador, perseverant i em vaig prendre com un desafiament haver de col·laborar perquè el vestidor fos cada vegada més fort i que sortís endavant. Jo tenia un període curt de prova realment, perquè eren sis mesos de cessió, i me'l vaig prendre com per intentar jugar tot el meu futbol, que era molt ofensiu", assegura. La presència dels seus compatriotes Bonano, Riquelme i Saviola en va facilitar l'aclimatació.

Curiosament, les coses no podien començar de manera més satisfactòria per als seus interessos. Es va estrenar amb un golàs a Cadis en un amistós. A continuació, el Camp Nou el rebria amb esperança. Se li ha quedat gravat: "Recordo molt la primera pilota que

ELS PROBLEMES FÍSICS NO LI VAN PERMETRE ENSENYAR TOT EL SEU FUTBOL

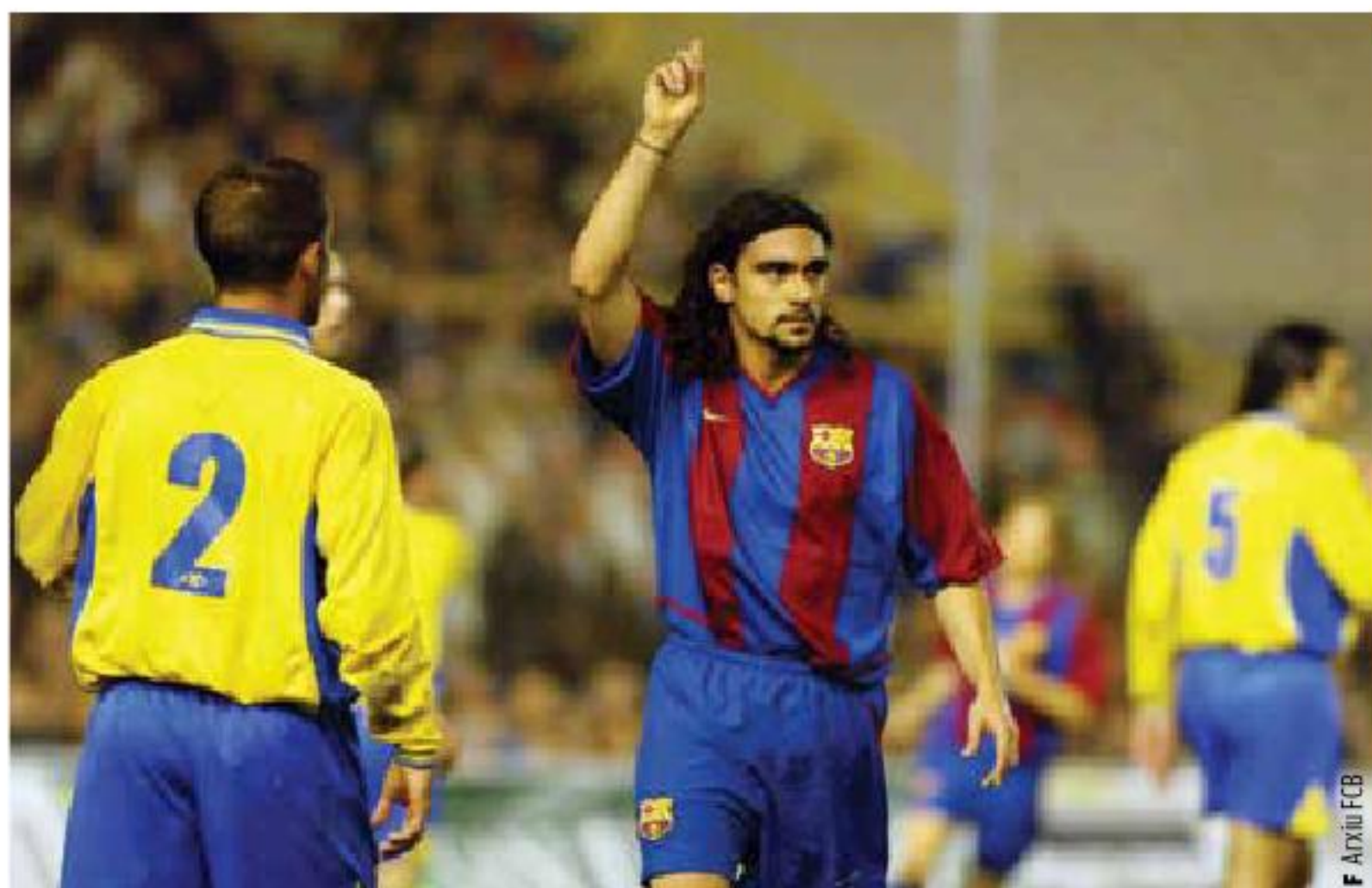
vaig tocar a l'Estadi contra l'Athletic Club i l'ovació que vaig rebre. Aquest afecte de la gent m'agradaria retribuir-lo d'alguna manera". De mica en mica, l'equip

escalaria posicions a la Lliga, tot i que Sorín no podria intervenir tant com hauria desitjat per culpa de les lesions. "Feia miracles per jugar. Vaig venir amb alguns problemes al tendó d'Aquil·les, no era greu, però el Camp Nou en aquella època estava dur, i hi entrenàvem sempre. Em vaig matar per poder estar en la millor fase", confessa. I segueix: "M'entrenava aquí i després treballava molt a casa també. A vegades la gent no ho sap. Em passava el dia preparant-me per estar bé als entrenaments i als partits. I he de dir que cada sessió al Barça era un plaer, primer pel que fèiem aquí i després per la qualitat tècnica que hi havia".

Una taca

Només cal repassar tota la seva trajectòria, amb capitania de la selecció argentina inclosa, per constatar la seriositat i la solvència de Sorín. Un dels pocs punts foscos del seu recorregut va succeir a la disciplina blaugrana. De baixa per unes molèsties musculars, se'l va veure a dalt de l'escenari d'una popular sala de concerts durant l'actuació d'un grup de rock argentí. Es va generar un bon enrenou i ràpidament va demanar disculpes a companys i afició. No li agrada parlar-ne gaire. "És potser l'únic error que vaig cometre a la meua carrera. Al final el més perjudicat era jo, però és clar, en un moment tan delicat del Club, va ser exposar una cosa que, no és que m'agregés la lesió, però va passar. I un apren dels errors".

Qui sap si aquesta situació que va tenir lloc a finals de maig va ser decisiva per a la no continuïtat del lateral al Club a partir del 30 de juny del 2003. Aquesta és la seva opinió: "No sé si va influir en la decisió final, perquè crec que ja estava presa. Pel que em va explicar el meu representant, tenia un contracte gairebé arreglat si guanyava les eleccions Bassat i quan vaig saber que havia sortit Laporta ja m'imaginava



Sorín, després de marcar en el seu primer partit amb el Barça, en un amistós a Cadis.

el que passaria més enllà de tots els detalls". A l'últim partit, de Lliga, va contribuir amb un gol a la victòria contra el Celta que atorgava al Barça la classificació per a la Copa de la UEFA. Guarda la sensació que li van faltar, com a mínim, sis mesos més.

Continuaria al París Saint-Germain, el Vila-real -on el 2006 es va quedar a les portes d'accedir a la final de la Lliga de Campions- i l'Hamburg, per retirar-se, és clar, al Cruzeiro (2009), on havia promès tornar. El seu segon i definitiu comiat del club brasiler, com el primer, va ser memorable. 60.000 persones van omplir l'estadi en un partit contra l'Argentinos Juniors i es van recaptar 90 tones d'aliments. "La meua carrera sempre va estar lligada a la

solidaritat. Em sento una persona socialment compromesa", manifesta.

Fa quatre anys que Juan Pablo Sorín treballa a la televisió. Primer des de Belo Horizonte i actualment a Sao Paulo. Comenta les principals lligues del món per a ESPN, una circumstància que el fa viatjar amb freqüència, i es defineix com "un boig del futbol". Conserva la casa a Benicàssim de quan jugava al Vila-real per gaudir de la vida a Europa i "seguir obrint portes". Des de fa temps que té entre mans un projecte personal: "És una manera diferent d'entrevistar el jugador o la gent vinculada al futbol. Intento cuidar aquest esport i transmetre una cosa a la gent que està a l'altre costat que m'hauria agradat tenir jo quan no treballava als mitjans".



L'argentí, just abans d'una connexió del canal ESPN per al Brasil, des del Camp Nou al mes de desembre.

Les dades de l'Ex...

1 GOLS

15 PARTITS JUGATS

POSICIÓ DEFENSA

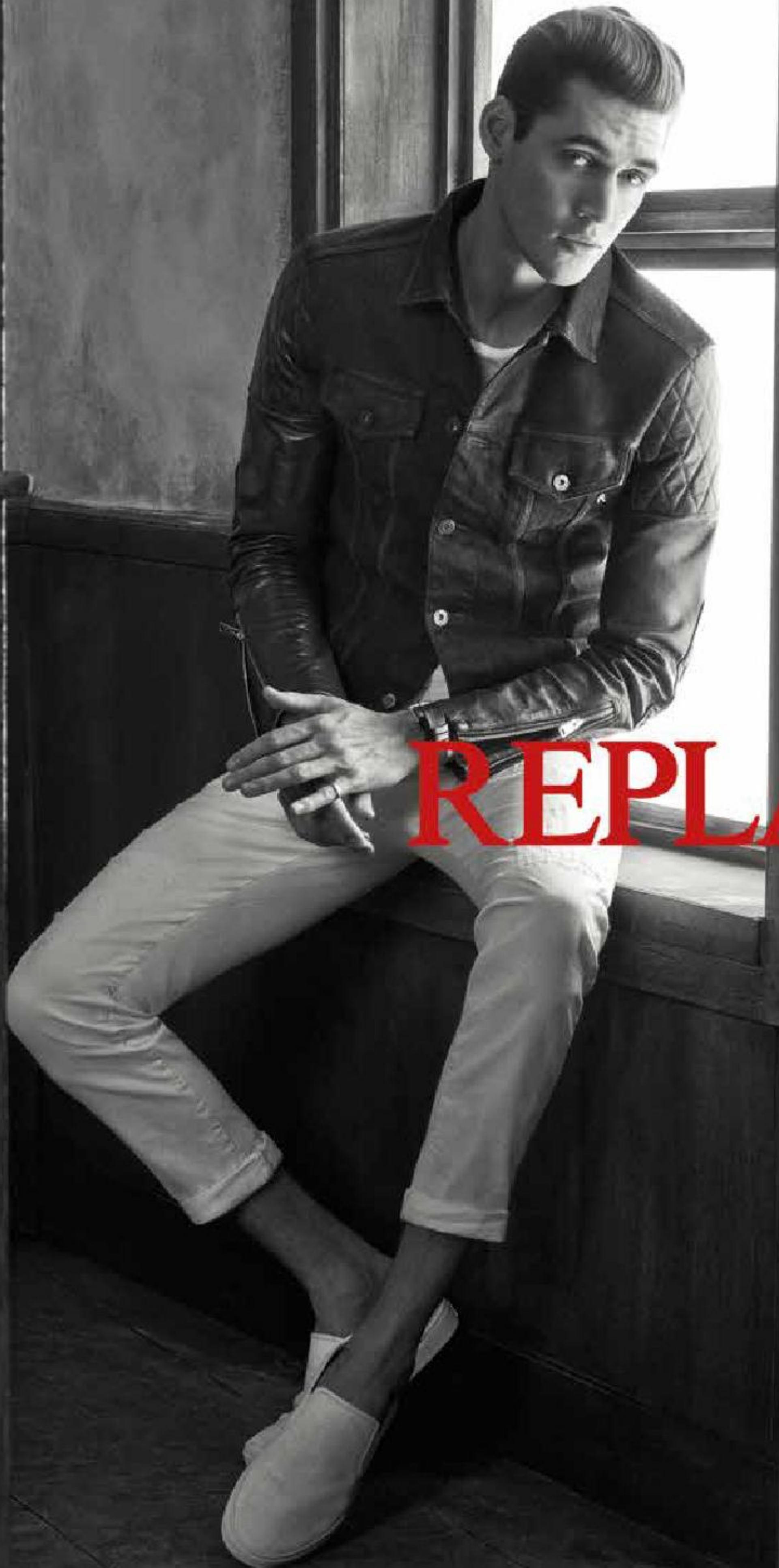
NOM
JUAN PABLO SORÍN

DATA DE NAIXEMENT
5 DE MAIG DEL 1976

LLOC
BUENOS AIRES

TRAJECTÒRIA

Argentinos Juniors (1994/95), Juventus (1995/96), River Plate (1996-00), Cruzeiro (2000-02), Lazio (2002), FC Barcelona (2003), París Saint-Germain (2003/04), Cruzeiro (2004), Vila-real (2004-06), Hamburg (2006-08) i Cruzeiro (2008/09).



REPLAY



El Barça suma un nou títol al seu palmarès històric

El Centre d'Investigacions d'Història i Estadística del Futbol Espanyol (CIHEFE) confirma que el Club ha d'incloure la Copa Duarte de la temporada 1952/53, un trofeu que es considerava que havia desaparegut l'any 1952

Manel Tomàs

Una nova troballa per a la història del FC Barcelona s'ha produït recentment, i en aquest cas afecta directament el palmarès històric del Club. Es tracta d'un títol oficial fins ara ignorat: l'edició 1952/53 de la Copa María Eva Duarte, un precedent de l'actual Supercopa d'Espanya, que segons indica l'Anuari de la Federació Espanyola de Futbol de l'any 1954, el FC Barcelona va conquerir sense haver de jugar cap partit, per haver guanyat en aquella temporada 1952/53 la Lliga i la Copa.

El CIHEFE ha confirmat al Centre de Documentació i Estudis del FC Barcelona que el Club ha de sumar el títol corresponent a la Copa Duarte de la temporada 1952/53, que no figura en l'actual palmarès blaugrana. La raó per la qual no es va sumar aquest títol en el seu moment és que es donava per fet erròniament que aquest trofeu havia desaparegut amb la mort de l'esposa del president argentí, el 26 de juliol del 1952. Fins ara s'havia cregut que l'edició del 1951/52, que el Barça ja havia conquerit automàticament també per haver guanyat en la mateixa temporada la Lliga i la Copa, havia estat la darrera d'aquesta competició.

Aquesta teoria estava aparentment corroborada pel fet que la temporada següent, la 1952/53, el Barça havia tornat a fer doblet de Lliga i Copa, però no es va tenir cap constància de la concessió automàtica de la

Copa Eva Duarte. La Federació Espanyola ho va incloure en el seu anuari de l'any 1954 amb una nota en què l'assenyalava com a guanyador "per idèntica circumstància que la temporada anterior", és a dir, sense haver de disputar cap final, però no ho va comunicar oficialment, atès que ni als documents interns del Club ni a la premsa de l'època se'n va fer el més mínim esment.

Els títols oficials són 121

Així doncs, el palmarès del Barça no inclouria dues Copes Eva Duarte sinó tres, i el total de títols oficials al llarg de la història no en serien 120, sinó 121.

Precedent històric de l'actual Supercopa d'Espanya, el Trofeu María Eva Duarte de Perón va ser la continuació de la Copa d'Or Argentina, disputada el desembre del 1945 entre els campions de Lliga i Copa de la temporada anterior, però encara sense reglamentació de la Reial Federació Espanyola de Futbol (RFEF). La Copa Duarte sí que va tenir rang de competició oficial, ja que va ser organitzada directament per la RFEF, amb una rigorosa reglamentació que preveia camp neutral, victòria automàtica si un equip guanyava la Lliga i la Copa alhora, i edicions necessàries per tenir el trofeu en propietat.

D'aquesta manera, els successius campions

de Lliga i Copa de les temporades 1946/47 a 1950/51 van posar en joc cinc vegades la Copa Eva Duarte, i en van ser els triomfadors el Reial Madrid, el FC Barcelona, el València, l'Athletic de Bilbao i l'Atlètic de Madrid. En canvi, la temporada 1951/52, atès que el Barça havia conquerit tant la Lliga com la Copa, el Trofeu Eva Duarte va anar automàticament a les seves vitrines sense necessitat de disputar cap partit. De fet, la Copa Eva Duarte va ser inclosa aquella llegendaria temporada dins de les mítiques Cinc Copes del Barça de Kubala, juntament amb la Lliga, la Copa, la Copa Llatina i el Trofeu Martini Rossi. Ara se sap que la temporada següent es va repetir la història.

QUÈ ÉS EL CIHEFE?

El Centre d'Investigacions d'Història i Estadística del Futbol Espanyol (CIHEFE), membre oficial a Espanya de la Federació Internacional d'Història i Estadística del Futbol (IFFHS), va néixer el 1987 amb la tasca primordial de dirigir, promoure i possibilitar, al nivell més alt, una exposició completa de la història del futbol espanyol.

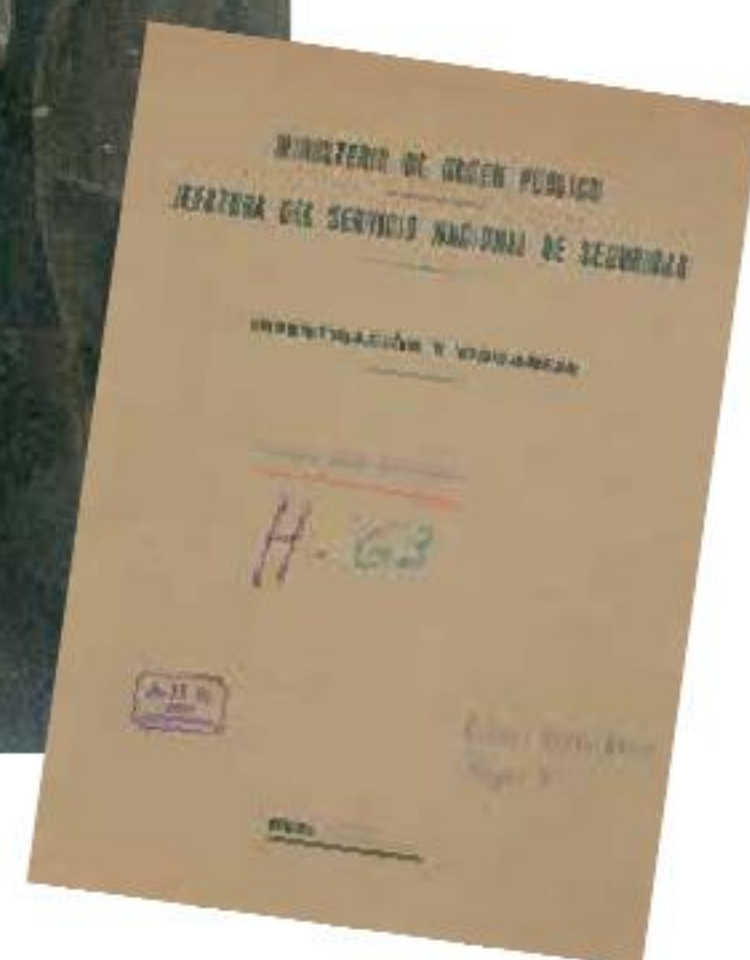
1939, l'any més difícil

La fi de la Guerra Civil va afectar tota la vida ciutadana. La nit del 22 d'abril el Barça reprenia l'activitat del Club en unes condicions molt dures



F Arxius FCB

Jaume Sabaté lliurant un banderí commemoratiu del partit de reobertura de Les Corts a Eliseo Álvarez-Arenas, general en cap dels Serveis d'Ocupació de Barcelona. Al costat, informe policial sobre el Club del 1940.



Carles Santacana

Per fi s'havia acabat la Guerra. Després de dos anys i mig de morts, bombardeigs i tota mena de penalitats, Barcelona va caure en mans de l'exèrcit franquista. L'Espanya nacional es posava en marxa també a la Ciutat Comtal, amb la intenció de represaliar els derrotats, imposar la seva concepció espanyolista i controlar tota la vida social. Si el Barça volia continuar existint hauria d'adaptar-se a la nova situació, tot renunciant als seus valors.

Però, qui podia fer-se càrrec ara del Club? Quina actitud tindrien les noves autoritats? Aquestes incògnites planaven sobre el Club en uns moments de gran incertesa, on la por s'estenia per tot arreu.

En una Barcelona on els vencedors passaven comptes i tothom estava pendent de tenir uns bons avals de les autoritats, els membres de la darrera junta miraven de salvaguardar el Club i havien d'estar for-

çosament pendents de com els afectaria el control que el Consejo Nacional de Deportes de la Falange exercia sobre tota l'activitat esportiva. El compromís republicà del president del Club, Francesc Xavier Casals, en feia molt difícil la continuïtat. Casals havia estat vicepresident a la junta de Suñol, càrrec que també tenia el doctor Joan Soler i Julià. En aquell moment al Club només podien esperar ordres, i en aquest clima d'incertesa apa-

ELS ESTATUTS DEL 1940, RECUPERATS

El FC Barcelona ha pogut recuperar el text dels Estatuts que el Club va aprovar el 12 de juny del 1940. El vicepresident institucional Carles Vilarrubí va rebre el document de mans dels periodistes Xavier G. Luque i Jordi Finestres, que el van trobar durant la investigació amb motiu del seu llibre *El Barça segrestat*. Aquests Estatuts del 1940 són els únics que no estaven localitzats al Centre de Documentació i Estudis del FC Barcelona. Vilarrubí va destacar que "qualsevol club del món amb uns Estatuts implantats d'aquesta manera hauria desaparegut perquè eren uns Estatuts per fer desaparèixer la identitat d'un club i la identitat del país que representa".

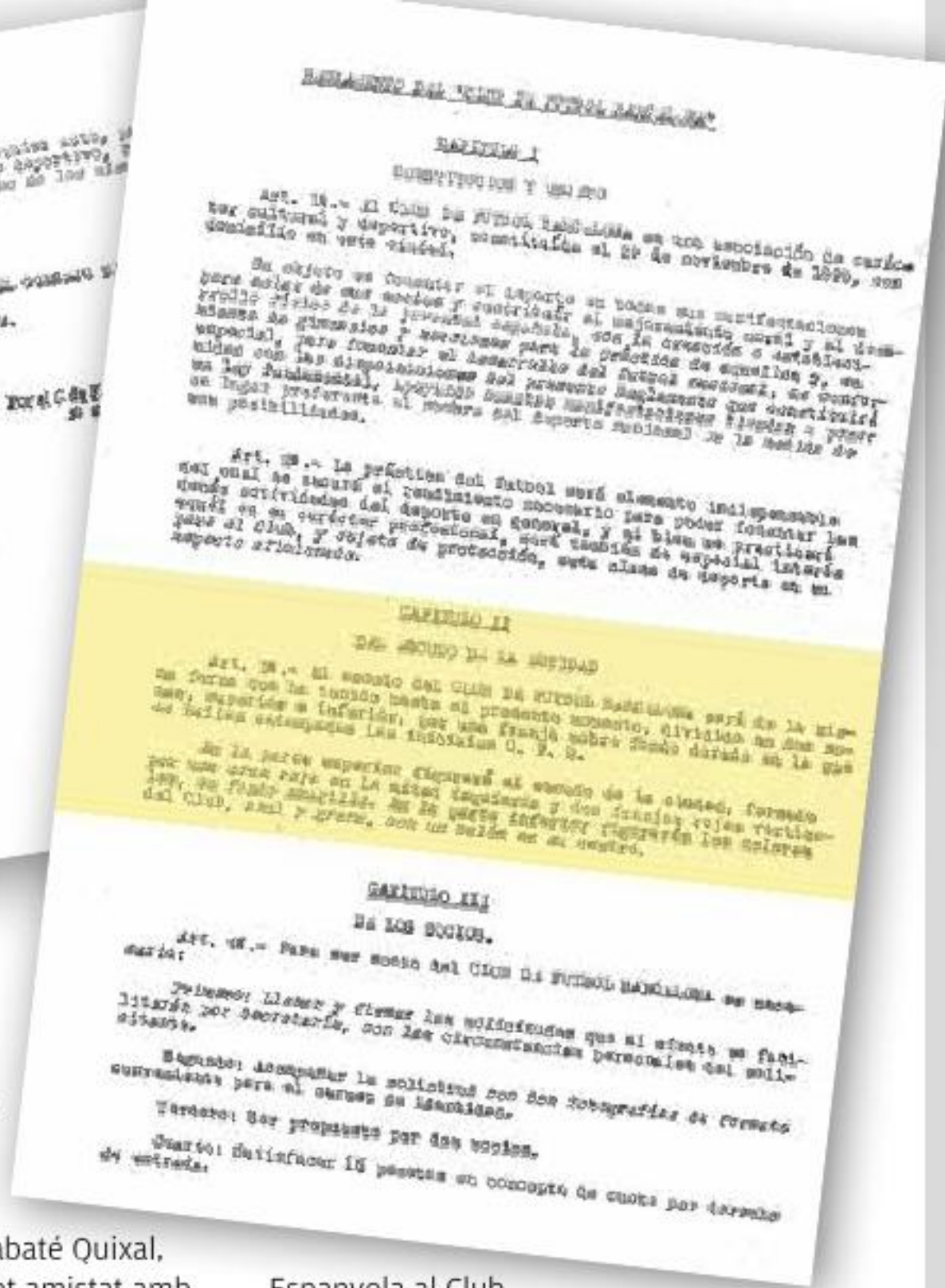


F Germán Parga - FCB

El vicepresident Carles Vilarrubí, amb els autors del llibre, Xavier G. Luque i Jordi Finestres.



Estatuts del Club aprovats el 1940 i signats pel Marquès de la Mesta de Asta, en què es feia constar, entre altres coses, que l'escut deixava de tenir les quatre barres.



reix un desconegut Jaume Sabaté Quixal, que durant la Guerra havia fet amistat amb el tinent coronel Julián Troncoso, que ara era president de la Federació Espanyola de futbol. Sabaté no era ni tan sols soci del Club, però volia aprofitar la seva posició privilegiada. Gràcies als seus contactes, Sabaté sabia que Troncoso nomenaria Francesc Jover com a representant de la Federació Espanyola de futbol a Catalunya, encarregat de tornar a posar en marxa els clubs, i també sabia que Jover pensava a posar al capdavant de la gestora del Barça el doctor Soler, un dels membres de la darrera junta blaugrana.

Tot era molt lent, i els qui havien estat membres de la darrera junta no van ser autoritzats a reunir-se fins a la nit del 22 d'abril del 1939, gairebé tres mesos després de l'entrada dels franquistes a Barcelona. Aquella nit es reprenia l'activitat institucional del Club, i segons les ordres rebudes de Jover la comissió gestora estaria presidida per Joan Soler, a qui acompanyarien Joan Bargunyó, Jaume Guardiola i Antoni Vallès. Aquella primera reunió després de la Guerra va ser molt trista. Soler va convocar tots els qui havien format el darrer consell directiu, i els va haver d'informar que per "órdenes de la Superioridad" només quatre formarien la nova directiva, mentre la resta era foragitada, incloent-hi el president Casals. Per salvar el Club calia acceptar aquella imposició, a la qual en seguirien d'altres, com la desaparició de les quatre barres de l'escut. Pocs dies després Sabaté aconseguia el seu nomenament com a delegat de la Federació

Espanyola al Club, de manera que s'assegurava un càrrec jeràrquicament superior a la comissió gestora, i per tant, el control del Club, com mostraria a finals de juny el dia del primer partit al camp de Les Corts, on va tenir un destacat protagonisme. D'aquesta manera, durant uns mesos el Club va estar en mans de Sabaté, de qui fins ara els llibres d'història pràcticament no en parlaven, que va aconseguir ser l'home fort tot i no formar part de la junta. Va estar a punt de ser vice-



Portada de La Vanguardia Española amb motiu d'un Barça-Madrid a Les Corts el 1940, amb els espectadors fent la salutació feixista, que va ser obligatòria fins al 1945.

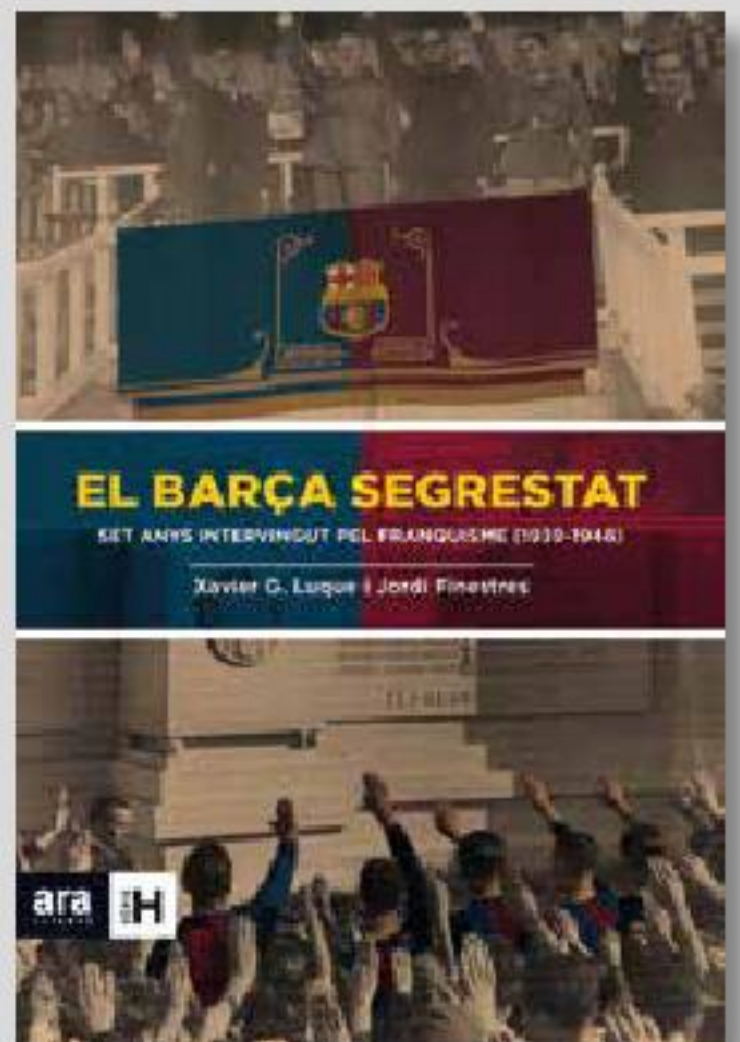
president del Club, en una llista ben situada a la taula adequada del Govern Civil, però la substitució del seu valedor Julián Troncoso a la presidència de la Federació Espanyola el va deixar sense el seu únic però decisiu suport. També sobrevolava l'atmosfera blaugrana en aquells dies un personatge aliè fins aleshores al Barça, el capità de la Guàrdia Civil Manuel Brabo Montero, que sense ser soci del Club -i sí fervent seguidor de l'Espanyol- va ser designat membre de la gestora. Era el cap del Rondín Antimarxista, una mena de paramilitars que actuaven contra els antifranquistes, i va esdevenir un altre dels homes forts del Club en aquells mesos especialment tristos, en un club delmat materialment i simbòlicament, que tanmateix ressorgiria en els anys que vindrien i superaria els efectes d'aquella negra nit.

'EL BARÇA SEGRESTAT', UN LLIBRE DE REFERÈNCIA

Acreditats per una notable trajectòria, en la que destaca el llibre *El cas Di Stéfano* (2006), els periodistes Xavier G. Luque i Jordi Finestres han fet una acurada i apassionant recerca que permet explicar amb detall la represa del Barça de la immediata postguerra. *El Barça segrestat* és fruit d'un treball minuciós, amb documentació inèdita i un munt d'entrevistes a testimonis, que al llarg de quatre-centes pàgines reconstrueix els principals episodis viscuts aquells anys. No només aporta nous documents, com els Estatuts del 1940, sinó que rectifica i complementa afirmacions fetes anteriorment, i permet copsar perfectament com funcionaven les coses en el clima d'arbitrarietat del moment.

Els autors reconstrueixen les primeres passes que es van fer per posar en funcionament el Club, la tensió periodística que es va viure abans del famós 11-1 del 1943 o la determinació de la junta per evitar el descens a Segona de la temporada 1941/42. Alhora, hi apareixen tota mena de personatges, des dels que volien aprofitar la situació als que volien salvar el Club, en un context molt inhòspit per al barcelonisme.

Més enllà, però, dels episodis puntuals, el més rellevant de l'obra és que permet entendre fins a quin punt el Barça era vist per les autoritats franquistes com una entitat perillosa que requeria una especial vigilància i control, i que hi desconfiaven profundament, sempre sota sospita per la seva trajectòria catalanista i democràtica.





Equip del FC Barcelona corresponent a la temporada 1909/10. Romà Forns és el que està marcat amb un cercle, a sota de Joan Gamper.

Romà Forns, la polifacètica història d'un personatge únic

Futbolista de la primera fornada, aquest pioner del futbol català, alegre i extravertit, també va ser àrbitre, directiu, entrenador i un gran pianista

Manel Tomàs

Nascut a Barcelona el 1886, Romà Forns Saldaña va ser un dels pioners del futbol català. Extrem dret de categoria contrastada, va jugar a l'Espanyol (1901-02) i l'Irish FC (1902-03). En aquest darrer conjunt barceloní va disputar el seu darrer partit el 18 de novembre del 1903, contra l'equip del Salut. Va ser aquell dia quan el president blaugrana Arthur Witty es va fixar en aquell noi ros, alt i prim d'excel·lents qualitats futbolístiques. Forns jugaria al Barça durant tota una dècada, els anys 1903-13, deixant una gran

empremta per la seva velocitat (era famós pels seus imparables dríblings en cursa), les seves precises centrades i la seva capacitat golejadora, amb una xifra gens menyspreable de 78 gols en 179 partits. Amb el Barça va conquerir tres Campionats d'Espanya (1909/10, 1911/12 i 1912/13), cinc Campionats de Catalunya (1904/05, 1908/09, 1909/10, 1910/11 i 1912/13) i quatre Copes dels Pirineus Orientals (1909/10, 1910/11, 1911/12 i 1912/13). Un palmarès envejable.

Però Forns també destacava pel seu

caràcter alegre i extravertit. Extraordinari pianista, Forns feia un duet perfecte amb el seu company d'equip Carles Comamala, un afamat cantant que el solia acompanyar en les seves composicions musicals que posaven cloenda a les celebracions de les victòries de l'equip. Quan el 29 juny del 1913 Forns va penjar les botes, l'afecció barcelonista, que realment l'idolatrava, el va acomiadar amb crits implorants de "no te'n vagis!". Però la seva decisió era ferma, no ja per la seva minva de facultats físiques, sinó per la seva disconfor-

mitat amb el caire materialista que anava agafant l'esport del futbol, que fins aleshores havia estat estrictament amateur i anava derivant cap a un incipient professionalisme. Tanmateix, la seva retirada com a jugador no va comportar la seva desvinculació del Club, atès que ja el 6 de juliol del 1913 era membre de l'Àrea Esportiva, a la qual va aportar els seus grans coneixements futbolístics.

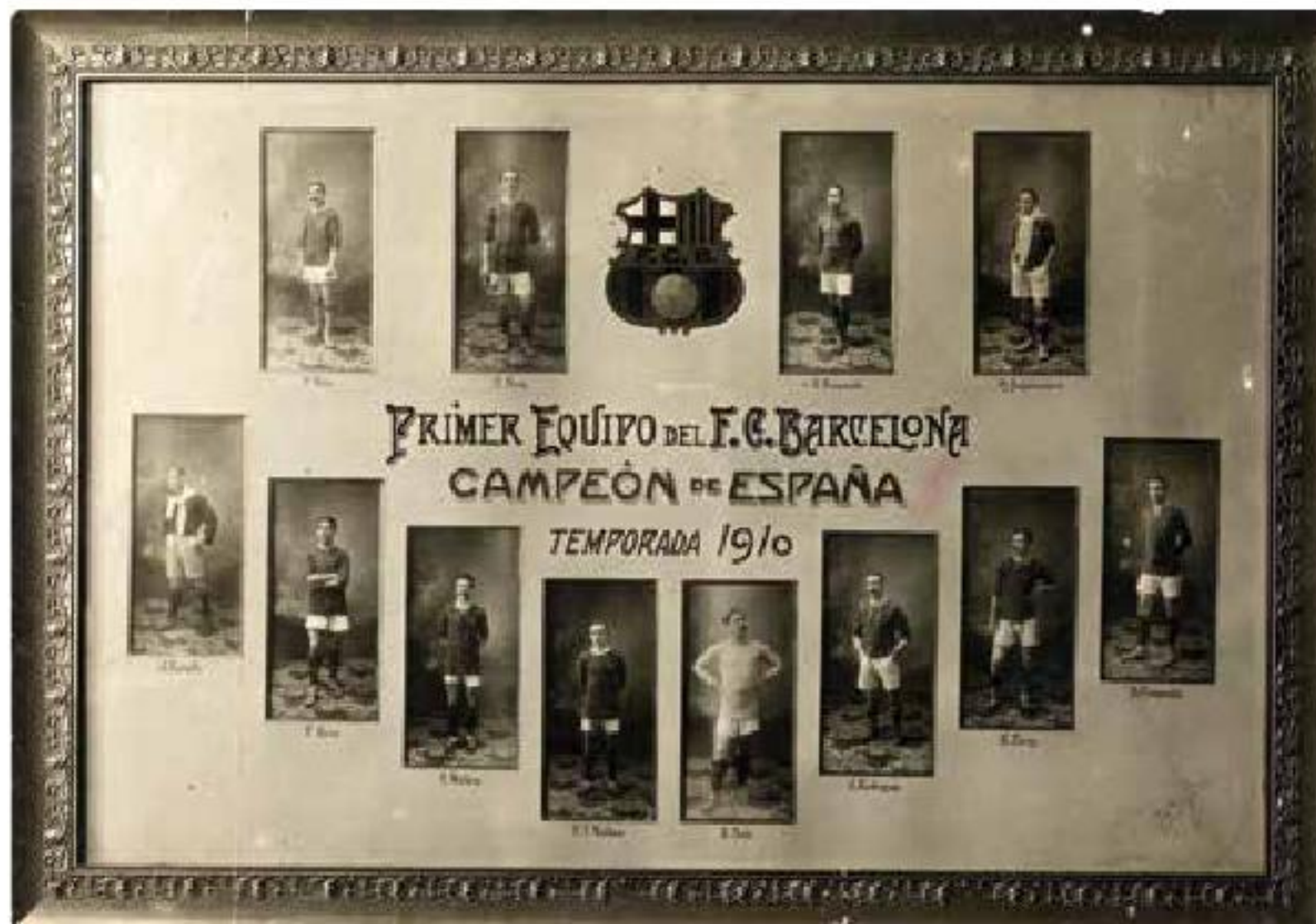
Més endavant es va fer àrbitre i el 2 de novembre del 1916, arran d'un mal arbitratge que li va provocar algun problema amb el FC Barcelona, la junta directiva va decidir refusar-lo i retirar el seu retrat, que estava

COM A ÀRBITRE VA TENIR ALGUN PROBLEMA AMB LA JUNTA DIRECTIVA DEL BARÇA

penjat al local social com a Soci de Mèrit del Barça que era. Posteriorment Forns faria les paus amb el Club i entre l'1 de juny del 1924 i el 13 de juny del 1926 en seria directiu sota

les successives presidències de Joan Gamper, Joan Coma i Arcadi Balaguer. En la història del Barça només Forns i Gonzalvo II han estat jugadors, entrenadors i directius.

Entre els anys 1927 i 1929 va ser entrenador del primer equip del Barça a proposta dels mateixos jugadors, i va ser així el primer tècnic català de la història de l'Entitat. Com a



Orla de l'equip campió d'Espanya de l'any 1910. Forns apareix a sota, el segon per la dreta.

entrenador va donar molta importància a la condició física dels jugadors i al joc per les bandes, en una època que l'equip barcelonista comptava amb dos extrems prodigiosos com eren Vicenç Piera i Emili Sagi. Amb Forns a la banqueta el Barça va guanyar els Campionats de Catalunya i d'Espanya de la temporada 1927/28. Pel que fa a la Lliga 1928/29, la primera de la història i que va

acabar amb triomf del FC Barcelona, els blaugranes van tenir dos tècnics. Va començar Romà Forns i després va ser contractat el britànic James Bellamy, fet pel qual el català va quedar com a adjunt.

Forns va morir a Barcelona el 25 d'abril del 1942, després d'una cruel malaltia, amb només 56 anys. Aleshores era el soci número tres del FC Barcelona.



LA DESOBEDIÈNCIA FETA LIRISME

A Romà Forns li va tocar viure des de la banqueta d'entrenador la mítica final del Campionat d'Espanya de l'any 1928, disputada a Santander contra la Reial Societat en tres partits molt tensos. Tothom recorda la gesta del porter Ferenc Plattkó al primer matx, quan greument lesionat al cap es va escapar dels metges i del mateix Forns per reincorporar-se al seu lloc sota els pals. Paradoxalment, aquesta permissivitat del tècnic (impensable avui dia) davant la temerària acció de Plattkó va ser la que al capdavant va propiciar l'immortal poema que Rafael Alberti va dedicar al porter hongarès.

L'ENIGMA ANTERIOR

Quin jugador blaugrana va ser un excel·lent pianista?

LA PISTA

També va ser àrbitre, directiu i entrenador.

LA SOLUCIÓ

Romà Forns

NOM DEL GUANYADOR

César Manuel Aguado de la Rosa, núm. soci: 102724

Rebrà una samarreta signada pel seu jugador preferit.

EL NOU ENIGMA

Quina Comissió no esportiva va tenir el Club durant la República?

LA PISTA

Hi va col·laborar el mestre Pompeu Fabra.

La resposta s'ha d'enviar, fent constar el nom i el número de soci, a:

Correu: REVISTA BARÇA. Av. d'Aristides Maillol, s/n, 08028 Barcelona

Adreça electrònica: revista@fcbarselona.cat

Coordinació: Centre de Documentació i Estudis del FC Barcelona



Estrella
Damm

MEDITERRANIAMENT

T Xavier Catalán F Miguel Ruiz - FCB, Germán Parga - FCB i Víctor Salgado - FCB

La quarta Copa Asobal consecutiva



El FC Barcelona va reeditar a Lleó el títol aconseguit la temporada passada a Barcelona i va guanyar la Copa Asobal per quart any consecutiu. A les semifinals, l'equip de Xavi Pascual va superar còmodament el Naturhouse la Rioja per 35-25. Després d'uns primers minuts igualats, el Barça va fer un parcial favorable de 9 a 3 al tram final de la primera part, i es va arribar al descans amb un clar 19-12. A la segona part, aquest avantatge es va ampliar fins al 35-25 final. La victòria a la final contra el BM Granollers va ser més treballada del

que va indicar el resultat final. La primera part va ser molt anivellada i només als instants finals el conjunt de Xavi Pascual va assolir un avantatge de quatre gols (17-13). El matx va continuar molt igualat fins a l'equador de la segona part (27-23), però llavors el Barça va prémer l'accelerador i amb un parcial favorable de 7-0 va sentenciar el torneig. El partit va acabar amb un clar 37-26 que va suposar la desena Copa Asobal al palmarès barcelonista. Karabatic va ser nomenat jugador més valuós.



Les celebracions de Nadal

Com és habitual coincidint amb les festes nadalenques, es van fer diverses celebracions. El president Josep Maria Bartomeu es va reunir amb els membres de l'Agrupació de Futbol de Clubs i Penyes, amb els representants de les seccions amateurs i amb els empleats del Club (a la foto), i amb els representants dels mitjans de comunicació. A més, el vicepresident Carles Vilarrubí va fer un brindis a la Llotja Presidencial del Palau Blaugrana amb els veterans de les seccions de bàsquet, handbol i hoquei patins.

'FUTBOLNET' ARRIBA A L'ARÀBIA SAUDITA

Després dels èxits aconseguits amb el programa *FutbolNet* al Pròxim Orient, la Fundació FC Barcelona i Shell van ampliar l'abast geogràfic del projecte per fer-lo arribar durant el 2015 també a l'Àrabia Saudita. En aquest país el projecte comptarà amb 300 joves participants d'entre 7 i 16 anys.

EL PALAU ACULL L'SPECIAL OLYMPICS

El Palau Blaugrana va ser l'escenari de l'acte central de la XVII Marxa Special Olympics, la passejada cívica que organitzen Special Olympics Catalunya i la Federació ACELL (Federació Catalana d'Esports per a Persones amb Discapacitat Intel·lectual) amb la col·laboració de la Fundació FC Barcelona.



Prop de 45.000 persones a la Diada del Soci Solidari

La IV edició de la Diada del Soci Solidari va donar l'oportunitat a milers d'aficionats que formen part d'entitats i col·lectius d'interès social de viure l'experiència d'assistir a un partit al Camp Nou per primera vegada. En total van ser 44.884 les persones que van venir a l'Estadi per presenciar el partit entre el Barça i l'Osca, corresponent a la tornada dels setzens de final de la Copa del Rei, gràcies a les entrades alliberades pels socis de manera altruïsta i les localitats lliures que va cedir el Club.

XAVI PASCUAL I MARC CARMONA RENOVEN ELS SEUS CONTRACTES

L'entrenador de bàsquet Xavi Pascual va arribar a un principi d'acord per ampliar el seu contracte amb el FC Barcelona fins a l'acabament de la temporada 2016/17. El tècnic de la secció de futbol sala, Marc Carmona, també va renovar el seu contracte amb el club barcelonista fins al juny del 2017.



Visita als hospitals

Amb motiu de la campanya *Un somni per un regal* de la Fundació FC Barcelona, els jugadors del FC Barcelona, acompanyats de tècnics i directius, van visitar els nens i nenes dels hospitals de Barcelona, Nens de Barcelona, Sant Joan de Déu (a la foto), Vall d'Hebron, Sant Pau, Germans Trias i Pujol, Cottolengo Padre Alegre i Casa Ronald McDonald. Prèviament a aquesta visita, també es va fer al Miniestadi el tradicional entrenament a portes obertes del primer equip de futbol, que va aplegar 11.134 espectadors.



El Palau celebra les 1.000 victòries a l'ACB

Coincidint amb el partit entre el FC Barcelona i l'Unicaja, el Palau Blaugrana va commemorar les 1.000 victòries del conjunt blaugrana a la Lliga ACB, que es van assolir a finals del mes de novembre de l'any passat davant l'UCAM Múrcia. El Barça és el primer equip que arriba a aquesta xifra històrica. A la mitja part del partit es va fer un reconeixement a una representació dels exjugadors, exentrenadors i antics directius que han format part de la secció de bàsquet del Barça entre el 1983 i el 2014.



Premi de la LFP a Messi

La LFP (Lliga de Futbol Professional) va concedir un premi a Leo Messi per ser el màxim goleador històric de la Lliga espanyola. Abans de l'inici del partit de Lliga davant l'Atlètic de Madrid, Leo Messi va rebre aquesta distinció de mans de Carles Rexach. El crac barcelonista va superar el rècord de 251 gols, que havia establert el davanter de l'Athletic Club Telmo Zarra l'any 1955, el 22 de novembre del 2014, en la dotzena jornada del campionat, en l'enfrontament contra el Sevilla, marcant un hat-trick.

ÈXIT DEL PATINATGE ARTÍSTIC

La secció de patinatge artístic del FC Barcelona va ser la gran dominadora del Campionat de Catalunya celebrat a Vielha. En les vuit categories disputades, els patinadors i patinadores blaugrana van assolir un total de deu campionats, quatre segons llocs i quatre terceres posicions.

ENS DEIXEN ARGILA, ISANTA I DESCALS

L'exporter Fernando de Argila era el degà dels veterans i va morir als 94 anys. Josep Isanta, que va morir als 67 anys, va ser membre adjunt de la directiva de Joan Gaspart i directiu del febrer al maig del 2003, amb Enric Reyna a la presidència. El soci número 1 del Club, Jaume Descals, va morir als 91 anys.

L'FCBESCOLA ARRIBA AL MARROC

L'FCBescola continua la seva expansió internacional obrint una seu al Marroc. Ubicada a Casablanca, aquesta FCBescola ensenya als nens i nenes d'entre 6 i 15 anys aspectes tècnics i tàctics utilitzant la mateixa metodologia, la filosofia de treball i els valors propis del FC Barcelona.



Campions de la Copa del Rei d'hoquei gel

L'equip blaugrana d'hoquei gel es va proclamar campió de la Copa del Rei per cinquena vegada a la seva història. A la Final Four disputada a Jaca, el Barça va derrotar a les semifinals el Txuri-Urdin per 7-6, en un partit que es va decidir a la pròrroga. A la final, l'equip entrenat per Danilo Didkovskyy, va fer un partit molt seriós i va superar el Puigcerdà per 6-2, amb gols de Jakub Bauer (2), Jeff Barletta, Oriol Boronat, Juan Gordo i Oriol Rubio. L'últim títol en aquesta competició es va assolir el 1997.

F Miguel Ramon Herrero



Messi, a les portes de la cinquena Pilota d'Or

Leo Messi es va quedar a les portes de la seva cinquena Pilota d'Or. En la gala celebrada a Zuric el davanter blaugrana va ser superat pel madridista Cristiano Ronaldo, i el porter alemany del Bayern de Múnic, Manuel Neuer, va quedar en tercera posició. El jugador blaugrana es manté com l'únic futbolista que ha guanyat la Pilota d'Or en quatre ocasions, i sempre ha estat entre els tres finalistes en les últimes vuit edicions. A més, Leo Messi i Andrés Iniesta van ser els dos jugadors blaugrana escollits en l'equip de FIFA FIFPro del 2014.



Edwin Jackson reforça l'equip de bàsquet

El Barça de bàsquet es va reforçar amb el fitxatge d'Edwin Jackson, que va signar un contracte amb el club blaugrana fins al 30 de juny del 2015. L'internacional francès, de 25 anys i 1,90 m, prové de l'Asvel Lyon-Villeurbanne i era el màxim anotador de la Pro A de França amb una mitjana de 18,8 punts. Amb la incorporació de Jackson, que va ser el màxim anotador de la Lliga francesa la temporada 2013/14, l'equip de Xavi Pascual reforça la seva línia exterior, que estava molt debilitada per les lesions de Navarro, Oleson, Abrines i Eriksson.



'FOOT-BALL' S'INSPIRA EN EL BARÇA

El FC Barcelona, el Teatre Nacional de Catalunya, la companyia Gelabert-Azzopardi i Mediapro van signar un conveni de patrocini per impulsar l'espectacle de dansa *Foot-Ball*, del coreògraf Cesc Gelabert, que es va poder veure del 22 de gener a l'1 de febrer a la Sala Tallers del Teatre Nacional de Catalunya (TNC).



LA FESTA DE L'ESPORT CATALÀ

A la XVII edició de la Festa de l'Esport Català, organitzada per la UFEC i el diari *Sport* i que lliura els premis a les institucions i esportistes catalans més destacats de l'any, el vicepresident Jordi Mestre va ser l'encarregat de recollir el premi concedit a Carles Puyol en la categoria d'Esportista Llegendari.



SUPORT A LA MARATÓ DE TV3

El Club va col·laborar un any més amb la Marató de TV3, dedicada a la lluita contra les malalties del cor. El Miniestadi va acollir el partit dels famosos, el primer equip de futbol va participar en un vídeo promocional i el president Bartomeu va ser voluntari en l'atenció telefònica dels donatius.

gegarsat MATERS Nº 270 **suma** LABORAL

la mütua laboral del **FCBARCELONA**

JA A LA VENDA



FIFA 15

FIFA

Official
Licensed
Product

#FIFA15
@EASPORTSFIFA
VIU EL FUTBOL



Un membre dels Serveis Mèdics del Club prenent la tensió arterial a un pacient.

F. Miguel Ruiz - FCB

Esport i tensió arterial

L'exercici físic millora l'adaptació cardiovascular, activa el sistema circulatori i controla altres factors de risc com ara l'obesitat i la diabetis



**Coordinació
Assessors**

**Ariadna Martín i Francesc Orenes
Dr. Franchek Drobnič (Serveis Mèdics FCB)**

La tensió arterial és la força que exerceix la sang contra les parets arterials a mesura que el cor batega. L'equilibri s'aconsegueix variant aquesta pressió per part de les artèries segons el volum de sang que circula i del treball que realitza el múscul cardíac. En una persona sana, la pressió arterial varia entre un valor màxim de 120 a 140 mm Hg quan el cor batega i un valor mínim de 80 a 90 mm Hg quan el cor es relaxa.

Hi ha dos tipus de tensió arterial. D'una banda, la hipotensió, per sota dels valors citats i que fa referència a la tensió arterial baixa, que es produeix quan els batecs

del cor tenen un ritme més pausat de l'habitual. Com a conseqüència, l'organisme no rep la sang necessària i això pot causar

LA TENSÍO ÉS LA FORÇA QUE EXERCEIX LA SANG CONTRA LES PARETS ARTERIALS

els típics marejos i desmaís. D'altra banda, trobem la hipertensió, que és l'augment dels nivells de la pressió arterial de manera contínua. Com més alta és la tensió arterial, més esforç ha de realitzar el nostre cor per bategar. La hipertensió pot causar

mals de cap, dificultats respiratòries, vertígens, dolors toràcics, palpitations del cor i hemorràgies nasals.

Els factors de risc que poden desencadenar una hipertensió són diversos. En primer lloc, és conegut que l'obesitat fa que el treball del cor sigui més gran i, a més, el greix s'acumula a les artèries, la qual cosa provoca que aquestes s'endureixin i siguin més resistents als batecs del cor. D'altra banda, el consum d'alcohol i tabac és totalment contraproduent per a la salut. Seguir una dieta rica en sal durant molt de temps també és un gran factor de risc que s'ha

d'evitar amb una corresponent dieta equilibrada. Finalment, l'estrès és un dels factors més importants, ja que el desgast diari de la feina pot incidir en els factors previs que provoquen l'aparició de la hipertensió.

L'esport és bo per al cor i per al sistema cardiovascular. I és que l'exercici beneficia la reducció dels nivells de tensió arterial. A més, redueix els nivells de colesterol i limita o disminueix l'evolució de l'arteriosclerosi. També millora l'ús del sucre per al múscul i, en realitzar exercici físic, aquests reben més sang, fet que facilita la dilatació dels

vasos sanguinis. Tot això els fa més eficients i ajuda que el cor no hagi de batejar amb tanta força. Com

ES POT EVITAR LA HIPERTENSIÓ AMB L'AJUDA DE L'EXERCICI FÍSIC

més gran és el volum muscular, més eficaç és el batec de la sang. Els esports de certa durada i de no gaire intensitat són els més recomanables per reduir la hipertensió arterial, però s'han de practicar de manera regular

i contínua, de tres a cinc dies a la setmana i entre 30 i 60 minuts. Es recomanen esports que utilitzin a la vegada músculs de membres superiors i inferiors, com és el cas de la natació, l'esquí de fons o la bicicleta. Altres activitats que disminueixen els riscos de la hipertensió són caminar a peu, el *race-walking* o la carrera a peu, que dosifiquen l'esforç i estableixen la pressió arterial pel rendiment cardíac. També és aconsellable fer una vida més activa en general, evitant els ascensors o fent determinats desplaçaments a peu o en bicicleta.



RISCOS DE LA HIPERTENSIÓ

El risc principal d'un cor que manifesta la hipertensió és l'infart de miocardi. Una persona hipertensa que no rep tractament té deu vegades més risc de morir d'un infart que un individu amb tensió normal. La hipertensió també pot produir trombes o ruptures arterials, que causen hemorràgies, danys a les cèl·lules nervioses, pèrdues de memòria o paràlisis. D'altra banda, es recorda que en moltes ocasions la hipertensió és causa d'una malaltia sistèmica, com la diabetis, en què els efectes secundaris són molt importants.

Ofici és pensar més en compromisos que en contractes.

Potser no ho sabies, però Assistència Sanitària va ser fundada per metges fa més de 50 anys. Encara que, si alguna vegada has fet servir algun dels nostres serveis, segurament ho hauràs notat. És que en tot el que fem es nota l'ofici de metge, des d'oferir una segona opinió quan la necessites a la millor atenció d'urgències a domicili per a la família. És una manera d'entendre la medicina i la relació amb els pacients que va més enllà de contractes i de pòlisses, i que se centra plenament en la teva salut.

Ofici és l'asseguradora mèdica que no pensa com una asseguradora.

Pensem com a metges.

Truca'ns al 93 495 44 61
o entra a www.asc.cat



Gràcies

Als voluntaris, col·laboradors, empleats, clients i accionistes, hem aconseguit:

- Ajudar més de **260.000 nens** que viuen per sota del llindar de la pobresa
- Facilitar més de **95.000 llocs de treball** a persones en dificultats
- Oferir tallers i activitats a més de **700.000 persones grans** a l'any
- Acompanyar més de **65.000 pacients** al final de la vida
- Donar suport a la **recerca mèdica** amb **90 milions d'euros**
- Rebre anualment més de **4 milions de visitants** als nostres centres culturals, científics i exposicions itinerants
- Atendre les necessitats de la societat amb l'ajuda de **13.000 voluntaris**

Gràcies per ajudar la Fundació Bancària "la Caixa" a construir una societat més justa i amb més oportunitats per a tothom.



Obra Social "la Caixa"



Diversió i educació per als més petits

A l'aplicació FCB Math Champion els usuaris han de superar petits reptes matemàtics per aconseguir desbloquejar diferents continguts exclusius



**FCB MATH
CHAMPION**

Roger Bogunyà

Les noves tecnologies formen part, cada cop més, del nostre dia a dia. També dels nens, que són els que més fàcil i ràpid aprenen. Ara, tots ells -així com els adults- ja poden gaudir de FCB Math Champion, una aplicació oficial educativa per a telèfons intel·ligents i tauletes.

L'app, enfocada principalment per a nens a partir dels 7 anys, repta els usuaris a superar petits desafiaments matemàtics per tal d'aconseguir una gran quantitat de premis que es componen de més de 200 fotografies i vídeos exclusius dels jugadors del primer equip. Aquesta nova aplicació del Club ha estat desenvolupada per Planet Factory i està disponible de forma gratuïta

amb publicitat, o de pagament en la seva versió sense anuncis, per a dispositius amb sistema operatiu iOS i Android. Té més de 60 nivells de dificultat, dividits en quatre trofeus. Per tal de guanyar cadascuna de les copes cal superar tots els nivells respectius, mitjançant la realització de sumes i restes amb les quals s'aconsegueix marcar gol. I és que les diverses formes de joc, que consisteixen a xutar penals en una porteria defensada per un porter, així com el so ambient, que recorda el d'un camp de futbol, faran que els usuaris oblidin completament que es troben davant d'una aplicació educativa i que quedin totalment immersos en la dinàmica del joc. "La nostra experiència en la creació



iOS



Amazon



Android

d'aplicacions educatives, amb el suport creatiu i esportiu del FC Barcelona, ens han permès combinar l'entreteniment i l'emoció del futbol amb l'educació d'infants i adolescents", afirmava Gemma Malet, cofundadora de Planet Factory, ara fa dos mesos, quan va ser llançada l'eina.

Disponible en 20 idiomes

FCB Math Champion està orientada a infants i, per tant, és 100% segura per a aquest tipus de públic. A més, està disponible en més de 20 idiomes, fet que la converteix en una aplicació global per als socis i simpatitzants blaugrana d'arreu del món. Què esperes per descarregar-te-la?



El teu món guanya terreny.

Nou Audi A6 Avant quattro®.

On alguns només veuen una carretera, tu hi veus una invitació a descobrir noves emocions. A mirar més enllà per a veure allò que altres no veuen. A viure i sentir més intensament. I ara, tens el millor company de viatge per a fer-ho: el nou Audi A6 Avant quattro®. Elegant, esportiu, avançat, eficient. No, no és només un automòbil. És una nova forma de sentir la carretera. www.audi.es/a6

Audi A6 de 150 a 560 CV. Emissió CO₂ (g/km): de 109 a 223.
Consum mitjà (l/100 km): de 4,2 a 9,6.





AGILITAT

LETAL

HYPERVENOM
LIQUID DIAMOND

NIKE.COM/FOOTBALL

NEYMAR JR.