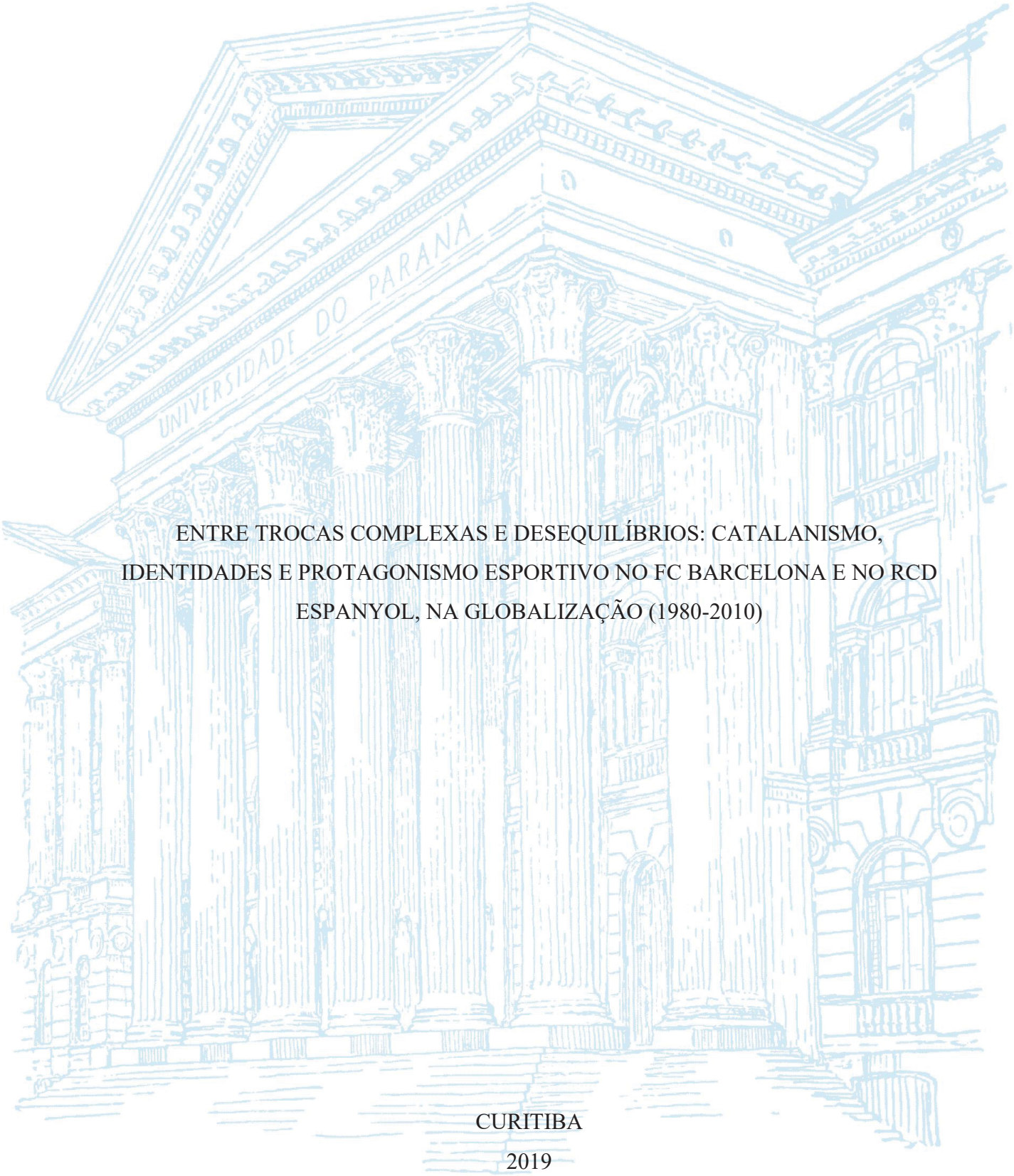
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

DANIEL VINICIUS FERREIRA



ENTRE TROCAS COMPLEXAS E DESEQUILÍBRIOS: CATALANISMO, IDENTIDADES E PROTAGONISMO ESPORTIVO NO FC BARCELONA E NO RCD ESPANYOL, NA GLOBALIZAÇÃO (1980-2010)

CURITIBA

2019

DANIEL VINICIUS FERREIRA

ENTRE TROCAS COMPLEXAS E DESEQUILÍBRIOS: CATALANISMO, IDENTIDADES E PROTAGONISMO ESPORTIVO NO FC BARCELONA E NO RCD ESPANYOL, NA GLOBALIZAÇÃO (1980-2010)

Tese apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Doutor em História, no Programa de Pós-Graduação em História, Setor de Ciências Humanas, da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Carlos Ribeiro

CURITIBA

2019

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELO SISTEMA DE BIBLIOTECAS/UFPR –
BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS COM OS DADOS FORNECIDOS PELO AUTOR

Fernanda Emanoéla Nogueira – CRB 9/1607

Ferreira, Daniel Vinicius
Entre trocas complexas e desequilíbrios : catalanismo, identidades e protagonismo esportivo no FC Barcelona e no RCD Espanyol, na globalização (1980-2010). / Daniel Vinicius Ferreira. – Curitiba, 2019.

Tese (Doutorado em História) – Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná.
Orientador : Prof. Dr. Luiz Carlos Ribeiro

1. Globalização – Futebol. 2. Futebol – História – Catalunha (Espanha).
3. Clubes de Futebol – Identidade. 4. Nacionalismo – Catalunha (Espanha). I. Título.

CDD – 796.3340946

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SETOR DE CIENCIAS HUMANAS
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO HISTÓRIA - 40001016009P0

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em HISTÓRIA da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Tese de Doutorado de **DANIEL VINICIUS FERREIRA**, intitulada: **ENTRE TROCAS COMPLEXAS E DESEQUILÍBRIOS: CATALANISMO, IDENTIDADES E PROTAGONISMO ESPORTIVO NO FC BARCELONA E NO RCD ESPANYOL, NA GLOBALIZAÇÃO (1980-2010)**, sob orientação do Prof. Dr. LUIZ CARLOS RIBEIRO, após terem inquirido o aluno e realizado a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa. A outorga do título de Doutor está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

Curitiba, 19 de Agosto de 2019.

LUIZ CARLOS RIBEIRO
Presidente da Banca Examinadora

p/ BERNARDO BORGES BUARQUE DE HOLLANDA
Avaliador Externo (PPHPBC-CPDOC-FGV)

MIGUEL ARCHANJO DE FREITAS JUNIOR
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA)

OLIVER KAWASE SEITZ
Avaliador Externo (JOHAN CRUYFF INSTITUTE DE BARCELONA)

ANDRÉ MENDES CAPRARO
Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

COORDENAÇÃO DOS CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA
Universidade Federal do Paraná
MEC

AGRADECIMENTOS

A minha família, pelo apoio e pela compreensão durante o período do meu doutorado na Universidade Federal do Paraná.

Ao professor Luiz Carlos Ribeiro, pioneiro e uma das maiores referências no estudo do futebol dentro das ciências humanas, hoje no Brasil, e com qual iniciei minha trajetória acadêmica desde o trabalho de conclusão de curso, ainda na graduação.

Aos professores Bernardo Borges Buarque de Holanda, Miguel Arcanjo de Freitas Jr, Oliver Seitz e André Mendes Capraro, figuras referenciais no hoje no estudo do desporto. Uma grande honra poder contar com a leitura, críticas e comentários, da banca de defesa da tese formada por esses nomes. Agradeço ainda a leitura e as críticas do Bernardo e do André durante a fase de qualificação da pesquisa, que foram fundamentais para o seu avanço.

Ao Programa de Pós-Graduação em História da UFPR, ao Núcleo de Estudos Futebol e Sociedade (NEFES). Em especial aos amigos que entraram comigo, em 2015: o Lourenço, o Junio, a Ana, a Lara, a Lucimara e o Luís. Ao pessoal do NEFES, cuja convivência foi fundamental para amadurecimento dessa pesquisa, desde o mestrado. A todos os professores do DEHIS da UFPR, e demais colegas, que também fazem parte de todo esse processo.

A dois amigos em especial: Victor Figols e Andrea Armijo. O Victor, uma das principais referências do estudo do barcelonismo, no Brasil, sob a perspectiva histórica. Foi a partir das discussões com ele que pude formatar uma proposta efetiva para o projeto na Catalunha. E a Andrea, uma amiga que me ajudou bastante na correção do castelhano, para as entrevistas e formalidades.

Ao professor Sérgio Setanni Giglio, pelos apontamentos no projeto inicial de Sanduíche.

À CAPES pelo suporte durante a pesquisa no Brasil, e em especial na Catalunha.

Aos presidentes do Coritiba Foot Ball Club, Rogério Portugal Bacellar, e do Clube Atlético Paranaense, Mário Celso Petraglia, que atestaram a relevância desta pesquisa, para o meu estágio doutoral na Catalunha. Também, à Lorena Klock (Coritiba), e ao Rodrigo Monteiro (Atlético-PR).

A todos os amigos do programa PDSE que conheci durante a estadia em Barcelona, realmente uma convivência enriquecedora: em especial ao Tarciso, o Alexsandro, o Márcio, a Nathália, a Mariana. Aos amigos que fiz em Barcelona e me ajudaram muito também: em especial à Rossi, a Paula, o Sergio, o Florian, o Moritz e o Maximilian.

Ao Oliver Seitz, um amigo de Curitiba (e do Coritiba), uma grande referência brasileira hoje sobre gestão do desporto, no futebol globalizado, que conheci em Barcelona e deu dicas valiosas.

Em especial agradeço ao professor Josep Maria Solé i Sabaté, referência no estudo do barcelonismo e do catalanismo dentro da História, supervisor do meu estágio em Barcelona na *Universitat Autónoma de Barcelona*, o qual me recebeu muito bem, me indicou as pessoas e contatos para realizar as entrevistas e minha pesquisa. Agradeço, ainda, pela entrevista, leitura e comentários durante a fase de qualificação deste trabalho.

Ao professor e historiador Carles Viñas da *Universitat de Barcelona*, uma das principais referências na Europa, no estudo do fenômeno *ultra*, torcidas jovens, barcelonismo e das intersecções entre futebol e política, que igualmente me forneceu informações importantíssimas.

Ao professor Carles Santacana da *Universitat de Barcelona*, referência destacada na História do barcelonismo e do catalanismo, por toda disponibilidade e informações nas duas extensas entrevistas que realizamos, e depois da leitura e comentários no desenvolvimento desse trabalho.

Ao Sr. Manel Tomás, responsável pelo *Centro de Documentação* do *FC Barcelona*, sempre prestativo e oferecendo várias fontes sobre a história do clube blaugrana. Agradeço também a todo pessoal do Museu e *Centro de Documentação*, os quais sempre me atenderam muito bem.

Ao Sr. Joan Laporta, ex-presidente do *FC Barcelona*, e a sua irmã Maite Laporta, por disporem um pouco das suas agitadas agendas para me atender; e ainda depois, toda a solicitude em fazer as correções necessárias, na transcrição e autorização da entrevista.

A todos os entrevistados em Barcelona, agradeço a boa vontade e toda disposição em receber-me, para realizar as entrevistas: o jornalista do *La Vanguardia* o Sr. Xavier García Luque, uma referência catalã no periodismo esportivo; ao Sr. Jordi Finestres, um dos principais memorialistas do *FC Barcelona*; o Sr. Ramon Térmens *Syndic* das *Penyes* do *FC Barcelona*; o Sr. Ricard Huguet conselheiro destacado na história do *FC Barcelona*; o hincha Josep da *penya barcelonista Creu de Sant Jordi*; o hincha Jacob, da *penya Sang Culé Cor Català*; o Sr. Suso, presidente da *Peña Barcelonista de Modoñedo*. Ao Sérgio Requena, e o pessoal da *penya Juvenil 1991*, torcedores *ultras* do *Espanyol* com quem pude conviver e conhecer um pouco mais sobre o universo do torcedor *perico*. Ao membro, que não quis identificar-se, da *Curva RCDE*, que prestou boas informações sobre o clube, via e-mail. Ao Francesc Xavier, memorialista do *Espanyol*, praticamente uma "biblioteca" humana do clube *blanquiazul*, sempre disposto a ajudar. O memorialista destacado do clube, Hector Oliva, por toda a disposição e entrevista. A Sra. Araceli, presidente da federação de *penyes* do Espanyol, e o Sr. Antoni Roig, que conseguiram também abrir um espaço para me fornecer uma entrevista sobre o clube. Muito obrigado a todos vocês!

Ao Felipe Figols, a Mari e seus pais, que me receberam muito bem em Barcelona, e ajudaram bastante com as suas entrevistas.

E a todos, enfim, que contribuíram de alguma forma durante toda essa jornada

RESUMO

Nos últimos 40 anos, o mundo e o futebol sofreram grandes metamorfoses e uma grande integração, fenômeno que recorrentemente se dá o nome de globalização. Entre essas transformações, no futebol, fazem parte aquelas ocorridas nas identidades e na estrutura dos clubes, as quais repercutiam e interagiam com transformações que aconteciam na sociedade, de forma geral, e mudanças que aconteciam nos próprios círculos do desporto. Este trabalho busca trazer uma história da globalização do esporte e da transformação das identidades no futebol, vistos como elementos interligados. Nesta perspectiva, os clubes Futbol Club Barcelona e o Reial Club Deportiu Espanyol, da Catalunha, são investigados no período entre 1980-2010. Isto com o objetivo de entender o porquê de um reforço do catalanismo nos dois clubes, situação que pode, a priori, parecer para alguns paradoxal. Também, a causa de uma diferenciação tão grande entre eles (pois são de uma mesma cidade), em termos de protagonismo esportivo. Para tal, partimos de uma análise global da reconfiguração do desporto mergulhando na especificidade das duas agremiações, com o foco em dois âmbitos: 1) dimensão diretiva e 2) dimensão torcedora. Assim, as transformações dos clubes são pensadas também através de uma "sociologia das organizações" e uma "sociologia torcedora", para as quais se destaca a análise de outras configurações que abarcam planos nacionais e locais, que motivam, interagem e ajudam a moldar aquelas transformações nos clubes.

Palavras-chave: Identidades; Globalização; Catalanismo; Futebol.

ABSTRACT

In the last 40 years, the world and football have accompanied great metamorphoses, and a great integration, one phenomenon which is frequently called globalization. Among these transformations, in football, are those that occurred in the identities and structure of the clubs, which reflected and interacted with changes which were occurring in society in general, and changes that were occurring in the sports circles themselves. This work seeks to bring a history of the globalization of sport and the transformation of identities in football, seen them as interconnected elements. In this perspective, the clubs Futbol Club Barcelona and the Reial Club Deportiu Espanyol, both of Catalonia, are investigated in the period between 1980-2010. This is to understand why there is a strengthening of Catalanism in both clubs, a situation that may for someone, a priori, seems paradoxical. Also, why augmented so lot the difference between them (because they are from the same city), in terms of sport protagonist. To do that, we start with an overall analysis of the reconfiguration of sport, focusing on the specificity of the two associations, focusing on two areas: 1) Dimension of managers and 2) Dimension of supporters. Thus, the transformations of the clubs are also thought through a "sociology of organizations" and a "supporters sociology", which highlights the analysis of other configurations that encompass national and local plans, which motivate, interact and help shape those changes in clubs.

Keywords: Identities; Globalization; Catalanism; Football.

RESUMEN

En los últimos 40 años, el mundo y el fútbol sufrieron grandes metamorfosis e integración, fenómeno que recurrentemente se da el nombre de globalización. Entre esas transformaciones, en el fútbol, forman parte aquellas ocurridas en las identidades y en la estructura de los clubes, las cuales repercutieron e interactuaban con transformaciones que ocurrían en la sociedad, de forma general, y cambios que ocurrían en los propios círculos del deporte. Este trabajo busca traer una historia de la globalización del deporte y de la transformación de las identidades en el fútbol, vistos como elementos interconectados. En esta perspectiva, los clubes Futbol Club Barcelona y el Reial Club Deportiu Espanyol, de Cataluña, se investigan en el período desde 1980 a 1980. Esto, con el objetivo de entender por qué hay un refuerzo del catalanismo en los dos clubes, situación que puede, a priori, para algunos, parecer paradojal. También, porque hay una diferenciación tan grande entre ellos (pues son de una misma ciudad), en términos de protagonismo deportivo. Para hacer esta investigación, partimos de un análisis global de la reconfiguración del deporte sumergiéndose en la especificidad de las dos agremiaciones, con el foco en dos ámbitos: 1) dimensión directiva y 2) dimensión aficionada. Así, las transformaciones de los clubes son pensadas también a través de una "sociología de las organizaciones" y una "sociología aficionada", para las cuales se destaca el análisis de otras configuraciones que abarcan planes nacionales y locales, que motivan, interactúan y ayudan a moldear aquellas transformaciones en los clubes.

Palabras-clave: Identidades; Globalización; El Catalanismo; Fútbol.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Globalização: integração por um feixe de interconexões e reencaixes 56
Figura 2 - Mapa político da Espanha, Comunidades Autônomas e Províncias 150
Figura 3 - Predominância aficionada por província na Espanha.....156
Figura 4 - Mapa da Catalunha 161
Figura 5 - Senyera, Esteladas e bandeira com a cruz de Sant Jordi/São Jorge.....166
Figura 6 - Primeiros escudos (1899-1910), e distintivo imposto pelo franquismo (1941) 190
Figura 7 - L'Avi del Barça, Pintura de Joan Miró (1974) e os culers.....191
Figura 8 - Foto aérea do Camp Nou em 1957 194
Figura 9 - Escudos do FC Barcelona modificados no tardo franquismo 197
Figura 10 - Acesso ao gramado: hino, capela de Montserrat e palavras em inglês.....199
Figura 11 - La Masia, Casarão tradicional catalão 218
Figura 12 - Foto aérea do Camp Nou em reformas visando a Copa de 1982 219
Figura 13 - Camisas feitas pela Meyba, na década de 1980 224
Figura 14 - Camisa laranja Meyba, e modelos da Kappa 243
Figura 15 - Nike-Barça pelo mundo 251
Figura 16 - Clam*, mascote dos 100 anos* do *Barça* 253
Figura 17 - Um escudo mais afinado as novas demandas gráficas.....256
Figura 18 - Camisas Nike do FC Barcelona na gestão Laporta, e a marca *UNICEF* 267
Figura 19 - Foto aérea recente do Camp Nou 284
Figura 20 - Foto aérea recente do entorno do Camp Nou 285
Figura 21 - Foto aérea Ciutat Esportiva Joan Gamper, e "nova" La Masia 291
Figura 22 - Primeiras camisas e escudos do Espanyol 315
Figura 23 - Estádio do Sarriá e suas tranformações na década de 1940-1950 316
Figura 24 - O surgimento do "gato periquito".....320
Figura 25 - Festividades 75 anos.....321
Figura 26 - Estádio Sarriá após as obras para a Copa do mundo de 1982 333
Figura 27 - Primeiras camisas com fabricação esportiva local: Meyba e Massana 338
Figura 28 - Campanha Fes-te´n soci e o Pericobús 339
Figura 29 - Adesivo "Jo Cantera" 340
Figura 30 - Camisas Araña 348

Figura 31 - Campanha de venda de ações do RCD Espanyol 355
Figura 32 - Irreductibles 360
Figura 33 - Propaganda para sócios do Espanyol, em 1994 361
Figura 34 - Escudos do RCD Espanyol 1912 e 1994 362
Figura 35 - Camisas do RCD Espanyol década de 1990 363
Figura 36 - Pericos à Montjuïc 371
Figura 37 - Estádio Olímpico de Montjuíc 372
Figura 38 - Camisas John Smith 378
Figura 39 - Escudo do RCD Espanyol modificado em 2005 379
Figura 40 - Camisas Umbro e Uhlsport 379
Figura 41 - Estádio Cornellá El Prat visão panorâmica 389
Figura 42 - Estádio Cornellá El Prat vista aérea 390
Figura 43 - Família blanc-i-blau e a "força de um sentimento" 394
Figura 44 - A "força de um sentimento" como identidade dos jogadores 395
Figura 45 - Campanha Somos RCDE 396
Figura 46 - Estátua de Dani Jarque, homenagem de Iniesta, a logo "séria" do Espanyol e a remodelagem do mascote periquito 397
Figura 47 - "Catalunya é Més que un Club", "local x tourist", "catalan x suissos" 401

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Entrevistados em Barcelona 41
Tabela 2 - Obras de memorialistas do RCD Espanyol 41
Tabela 3 - Obras de memorialistas do FC Barcelona 42
Tabela 4 - Universo contextual da globalização (segunda metade XX) 70
Tabela 5 - "Novas identidades" na globalização 76
Tabela 6 - Receitas de Contratos de TV das Big 5 na temporada 2007-2008 113
Tabela 7 - Receitas de contratos de TV em 2007, de outras ligas pelo mundo 113
Tabela 8 - Receitas de ligas europeias coadjuvantes em 2012/2013 114
Tabela 9 - Receitas das Big 5 entre os anos 2002 e 2010 116
Tabela 10 - Receitas das Big 5 na temporada 2009-2010 116
Tabela 11 - Média de assistência nas Big 5 entre 2002-2010 116
Tabela 12 - Identificação e Simpatia por clubes de futebol na Espanha 155
Tabela 13 - Partidos políticos mais destacados na Catalunha (1980-2010) 168
Tabela 14 - Direitos de transmissão n Espanha nos inícios de 1980 177
Tabela 15 - Gestões do FC Barcelona entre 1980 e 2010 203
Tabela 16 - Receitas do FC Barcelona entre 1980-2010 204
Tabela 17 - Massa social do FC Barcelona entre 1980-2010 207
Tabela 18 - Presidentes do RCD Espanyol entre 1980 e 2010 323
Tabela 19 - Quadro financeiro do RCD Espanyol entre 1980-2010 324
Tabela 20 - Quadro da massa social do RCD Espanyol entre 1980-2010 329

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Desempenho esportivo do FC Barcelona na Liga 1980-2010 205
Gráfico 2 - Jogadores do FC Barcelona entre 1980-2010 209
Gráfico 3 - Desempenho esportivo do RCD Espanyol na Liga entre 1980-2010 326
Gráfico 4 - Jogadores do RCD Espanyol na globalização 330

1 INTRODUÇÃO 17
1.1 CONTEXTO E PROBLEMA 17
1.2 JUSTIFICATIVA 19
1.2.1 Sobre a complexidade da categoria identidade 22
2 REVISÃO TEÓRICO-EMPÍRICA: *IDENTIDADES*, FUTEBOL E *GLOBALIZAÇÃO* . 27
3 METODOLOGIA: A TEORIA CONFIGURACIONAL PARA ENTENDER A *GLOBALIZAÇÃO* E A TRANSFORMAÇÃO DAS *IDENTIDADES* 33
3.1 FONTES 35
3.2 ESTRUTURA DA TESE 44
4 IDENTIDADES, GLOBALIZAÇÃO E FUTEBOL 46
4.1 IDENTIDADES E GLOBALIZAÇÃO 46
Identidade e *Identidades* 46
Identidades na globalização: matéria prima, narrativa de si, polifonia e consagração 49
Globalização, integração e interconexões: *reencaixes* em feixes complexos de trocas 53
A *globalização* na experiência: metamorfoses 57
Metamorfoses *tecnológicas* e na *mobilidade* 63
Metamorfoses políticas 66
Compressão do *Espaço-Tempo* e *Hibridizações* 69
Grobalization e *Glocalization* 73
As "novas identidades" 75
Atomização, *Ethos-trabalho* e *Consumismo* 76
Tradição, *Fundamentalismo* e *Descentramento* 81
4.2 CONFIGURAÇÃO ESPORTIVA: METAMORFOSES DO FUTEBOL NA GLOBALIZAÇÃO 87
Cenário *multipolar* e *heterogêneo* de disputas: as transformações econômicas no futebol 87
A ascensão do clube-empresa 88
Clubes Transnacionais: *TNCs* 100
Ascensão do marketing esportivo e do *branding* 102
A crescente mobilidade internacional de atletas 104
A ascensão das TVs e a *cartelização* de clubes e *ligas* 108
O endividamento dos clubes e a relação com os governos 117
4.3 AS "NOVAS IDENTIDADES" NO FUTEBOL 121
Metamorfoses nas comunidades clubísticas 121

Transformação sociais e identitárias nos círculos diretivos: *ethos-trabalho* e ascensão da *cultura corporativa* 122
A reconfiguração das formações torcedoras 124
A *lealdade tradicional* 130
A l*ealdade moderna* 133
Análises sobre transformação das *lealdades* na *globalização*: de Taylor a Giulianotti 136
5 A *GLOBALIZAÇÃO* NA CONFIGURAÇÃO DO *FC BARCELONA* E DO *RCD ESPANYOL* 141
5.1 A CATALUNHA, A ESPANHA E O FUTEBOL DURANTE A *GLOBALIZAÇÃO* 141
A *reconfiguração* política e econômica, espanhola e catalã 141
Futebol e Culturas regionais na Espanha, na *globalização* 152
A Catalunha na *globalização* 160
Um pouco sobre o *catalanismo*: das *tradições* às eleições na Catalunha (1980-2010) 164
Configuração esportiva e a transformação da sua estrutura 170
A *reconfiguração* na mídia 175
A *reconfiguração* normativa: a *Ley de deporte* de 1990, SADs, e outras leis 183
5.2 FUTBOL CLUB BARCELONA 189
História e tradições sócio-identitárias 189
Retorno do velho escudo, "hino extraoficial" da Catalunha e um craque global 197
Basileia 1979: *Senyeras* tremulando numa conquista internacional pela primeira vez 202
Um olhar panorâmico sobre a trajetória e transformações do clube entre 1980-2010: âmbitos diretivo, torcedor e jogador 202
Os entrevistados: torcedores *tradicionais* locais 210
Núñez e o "Barça triomfant": menos "política" por mais vitórias...mas o catalanismo cresce 213
Metamorfoses torcedoras e no *Camp Nou*: influências mundiais, novas identidades e catalanidade protagonista 219
"Barça não triunfante": mas ricos, midiáticos e ainda com *camisa limpa* 222
Ainda ricos, midiáticos e de *camisa limpa*: mas ainda perdedores 227
Violência, Skins e fragmentações na torcida: *híbridos* de um *catalanismo* da direita à esquerda, mas um *catalanismo* minoritário 228
Grup d´Opinió Barcelonista: denúncias de má gestão, vontade de vitórias e de "mais catalanidade" 230
Johan Cruyff inovador: a promoção de uma identidade de jogo barcelonista e catalã 232

Lei das *SAD*: *FC Barcelona* permanece sendo dos sócios catalães.....235
Reformas no *Camp Nou*, antiviolência, trocas internacionais e reconfiguração dos *ultras* ...237
Cruyff, um "dream team" global e midiático, e a "conquista catalã" da Europa 240
Encaixes e *desencaixes* na *globalização*: saída de Cruyff e vontade de autonomia.....244
Fundamentalismo e *Atomização*: fim da *Grada Jove* e dos mosaicos totalmente autônomos 246
Um modelo superado: declínio e fim da "Era Núñez" 248
Barça-Nike pelo mundo. Um centenário cujo tema é catalanidade e o "futuro".....250
Um clube global, mas *desencaixado* gerencialmente: o modelo equivocado de Joan Gaspart 253
"Os garotos do Power Point": ruptura, sofisticação, *catalanismo* e um *encaixe* à globalização 258
Barça e UNICEF contra *atomização*: *Més que un club al Món* 264
Uma torcida *tradicional,* localmente, e *híbrida* mundialmente.....272
Tolerância zero: a política de "pacificação das gradas" 277
Metamorfoses recentes no *Camp Nou* e da torcida no estádio 284
Tradição e conflitos: reconfiguração da diretiva de Laporta e mais laços globais.....290
Laporta por ele mesmo 295
Sandro Rosell: ruptura, mas continuidade... 299
Um pouco mais sobre a filosofia *La Masia* 301
Catalanismo e o *Independentismo* no Barça: a globalização para os locais 304
Memórias gerais sobre a globalização do *FC Barcelona*, em Barcelona 308
Pericos sobre a globalização do *FC Barcelona*: o "gordo espaçoso" 311
5.3 REIAL CLUB DEPORTIU ESPANYOL.....314
História e tradições identitárias 314
Um olhar panorâmico sobre a trajetória e transformações do clube entre 1980-2010: âmbitos diretivo, torcedor e jogador 323
Fim da era Méler: preocupação com um modelo sustentável e com a imagem do clube 330
Copa de 1982 e abertura na Espanha: chega um "novo torcer" no *Sarriá* ampliado 332
Armengol: mais abertura, catalanidade, *consumo* e otimismo 335
Ascendem as *Brigadas Blanquiazules*: mais que *fundamentalismo*, *identidades híbridas* 341
Tradições de gestão questionadas, Baró aclamado e a "tragédia de Leverkussen".....343
"Travessia do deserto": A *modernidade* equivocada de Padrós (1989-1993) 347
Espanyol se converte em uma SAD: *famílias* antigas e sócios acionistas.....354

Perelló Pichi, conciliação entre o “velho” e o “novo”: outro descenso e a venda de *Sarriá*..356
Irreductibles pelo Español: *tradicionais* sob influências italianas e de “antiviolência” 358
De *Español* à *Espanyol*: aumento do capital social, busca de sócios e o fim do *Sarriá* 360
Daniel Sánchez Llibre: um “neomecenato”.....366
Disputas de poder: Llibre x Lara 367
“Adelante!”*: Pericos* à Montjuíc.....370
“Saia do baú!” e com *orgulho*: em busca de um melhor *encaixe* na globalização 374
Resilientes: Formando atletas, dificuldade em segurá-los e raras glórias 380
Ainda um enclave *tradicional* na Catalunha: o perfil da massa social no século XXI 382
Cornellá El-Prat: “Da tristeza faremos fumaça!” 388
Transformação do público no estádio: “gradas pacificadas”, mais conforto, horários ruins mas pouco aburguesamento 391
Tradição com *descentramento*: “A força de um sentimento” e “A maravilhosa minoria” como slogans de marketing 393
O *Perico* e uma Catalunya "secreta" e *tradicional*.....397
Coesão pela resistência: “apolíticos”, “unidos pelas cores” e “fiéis”.....402
Memórias panorâmicas sobre a *globalização* do *Espanyol*: um *outsider* 406
6 CONCLUSÃO 410
REFERÊNCIAS 430
Artigos retirados de periódicos ou publicações online:.....439
Sites da internet consultados.....448
Vídeos no *Youtube* 449
Outras Fontes.....450
GLOSSÁRIO.....451

1. INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTO E PROBLEMA

O ano era 1977. Josep Tarradelas voltava à Catalunha, demarcando o fim dos 38 anos do exílio da presidência da *Generalitat*[1]. Isto acontecia em um contexto de fim do regime do franquista (1975), momento descrito na historiografia geralmente como de *transição democrática* na Espanha (1976-1982). Uma multidão exibindo *Senyeras*[2] o receberia na *Plaça Sant Jaume*[3], e em um ritual público restituía-se oficialmente a *Generalitat*. Naquela ocasião Tarradelas, do balcão do Palácio do Governo, pronunciaria palavras que se consagrariam na memória catalã: "Ciutadans de Catalunya, ja sóc aquí!" ("Cidadãos da Catalunha, já estou aqui!"). O *catalanismo* retornava à esfera pública, reconhecido formalmente pelo Estado.

Trinta e três anos depois (um dia antes da final da Copa do Mundo de 2010, na África do Sul, vencida pela Espanha sobre a Holanda), outra multidão considerável (cerca de 1,5 milhões de pessoas) marchava já em uma Catalunha cosmopolita, que era também a região mais rica da Espanha (e uma das mais ricas da Europa), sob o lema: "Som una nació. Nosaltres decidim!" ("Somos uma nação. Nós decidimos!"). A *vontade de decidir* recrudesceria ainda mais na região, desde então, convergindo para uma declaração de independência pela Catalunha em 2017, que resultou em prisões políticas por parte do Estado espanhol, ficando a questão catalã, até o momento, ainda sem desfecho.

Dois momentos históricos que demarcam manifestações públicas do *catalanismo*, e seu fortalecimento, em um período temporal que os historiadores passariam a nomear de *globalização*. Portanto, *globalização* para os catalães significou não apenas uma grande integração com o mundo, que sofrera uma notável metamorfose com as transformações a partir da década de 1970, mas algo que poderia até parecer contraditório: o reforço das suas identidades locais e do *catalanismo*. Este reforço do *catalanismo* refletir-se-ia (e aconteceria também) nos dois principais clubes da região, no período: o *Futbol Club Barcelona*, e o *Reial Club Deportiu Espanyol* (*Real Club Deportivo Español*, até meados da década de 1990). São nestes "palcos sociais" esportivos (e diferentes âmbitos que eles conformam), representados pelos referidos clubes (impactados, também, por movimentos das suas

[1]A *Generalitat* é um conjunto de instituições de autogoverno da Catalunha (Parlamento, Governo, Presidência e outras instiruições administrativas), cujo modelo tem seus primórdios nas Cortes catalãs, ainda no século XIII. Voltaram a representar a organização do auto-governo da Catalunha dentro do Estado espanhol, desde 1977, com o fim do franquismo
[2]Bandeira símbolo da Catalunha, com 4 faixas horizontais vermelhas sobre um fundo amarelo. A bandeira catalã (mas também o parlamento, e a própria constituição das cortes catalãs) seriam anteriores à própria bandeira espanhola (monumentos ainda da Idade Média), e por isso também símbolos fortes de identificação nacional. Ver seção "glossário", ao fim deste trabalho, para algumas palavras que não se tenha muita familiaridade.
[3]Praça em Barcelona onde fica o *Palácio do Governo da Catalunha*, conhecido como *Palau de la Generalitat.*

próprias configurações no período), que a *globalização* e a transformação das *identidades*, vistos como elementos interligados, serão analisados neste trabalho, no período entre 1980-2010.

Este trabalho procura responder, como problema central, o porquê do *catalanismo* ter se reforçado nos dois clubes, trazendo objetivamente como isso aconteceu nas especificidades históricas de cada um, em um período que estas agremiações passariam a catalisar também outras *identidades* e incorporar outros fenômenos culturais, reflexos da *globalização*. Para tal, pretende demonstrar, com base no campo esportivo, que a *globalização* (a partir da segunda metade do século XX) e a transformação das *identidades* (que é um dos aspectos da *globalização*) não tem se pautado por meros processos de imposições e/ou resistências (ou uma dicotomia simples demarcada por escolhas entre o *moderno* ou o *tradicional*), mas *como complexos processos de trocas e hibridações*, que envolvem diferentes níveis de *configurações sociais* (*dinâmicas*: das *locais* às *globais*) promovendo *identidades* entrelaçadas, permeáveis e não monolíticas. E é nesse sentido que poderia ser compreendido o *porquê* do reforço do *catalanismo* do período, seja nos clubes ou na própria sociedade catalã.

Pretende-se demonstrar, também, que apesar de ser um fenômeno de *trocas* (complexas), nem sempre a *globalização* resultou em equilíbrios, mas que resulta sim, ainda para a maior parte dos agentes, em desequilíbrios. É nessa perspectiva que traz, demonstra e destaca o processo histórico de alargamento das diferenças entre os dois clubes de uma mesma cidade e região (Barcelona e Catalunha), na *globalização*. E o porquê de isto acontecer. De 1980 a 2010 ambos os clubes (*FC Barcelona* e *RCD Espanyol*) se notabilizaram por uma grande transformação: no formato das suas gestões (instaurando novos modelos administrativos, sintonizados com o "futebol negócio" e com a *globalização*); pela reconfiguração dos seus públicos e pelas formas diferentes como reforçaram e catalisaram o *catalanismo*. Mas, sobretudo, pelas associações e dimensões que constituíram: o *FC Barcelona* se tornou um protagonista, um dos clubes mais ricos, mais vitoriosos e um dos mais populares do planeta, vencendo tudo o que era possível na temporada 2008-2009, atingindo a segunda maior receita do futebol mundial, nesse período (LIÉBANA, 2016). Por outro lado, o *RCD Espanyol* representou um clube que conseguiu apenas a sua sobrevivência: comemorava a inauguração de um novo estádio em 2009, após um período conturbado e rememorado dramaticamente pela sua comunidade, que implicaria na venda do antigo *Estádio Sarriá* por dívidas (ainda na década de 1990). Também, um período de raríssimas "glórias" e com a manutenção de uma torcida minoritária na região, que representou sempre um certo *enclave* dentro de Barcelona e da Catalunha. De fato, ambos haviam se *globalizado*, mas de formas diferentes. Assim, a segunda questão colocada é: como e por que o *FC Barcelona* se torna (e permanece atualmente) um dos clubes mais protagonistas mundiais (mesmo não sendo a Espanha o futebol da liga mais rica do mundo, no período), enquanto o *RCD*

Espanyol, da mesma cidade, permanece apenas um clube local (também até os dias atuais).

Para desenvolver este trabalho, promoveram-se vários objetivos específicos: assim, parte-se de uma análise global da *reconfiguração* do desporto e das *identidades* no recorte 1980-2010, seguindo daí para dadas dimensões selecionadas, mais específicas de algumas *configurações* que inscrevem os clubes na sociedade espanhola e catalã (em termos culturais, midiáticos, políticos e econômicos), todas que interagem com os círculos dos clubes, nas alterações estruturais deles e das *identidades* que conformam. Nos clubes, dois âmbitos sociais são privilegiados para análise da *globalização* e das transformações: 1) o âmbito *diretivo* e 2) o âmbito *torcedor*. Dessa forma, as transformações dos clubes são pensadas também através de abordagens que dialogam com a "sociologia das organizações" e com a "sociologia torcedora", ambas vistas numa perspectiva histórica, como configurações dinâmicas e inter-relacionadas, em trajetórias quase que cotidianas nos clubes e as comunidades que engendram, de acontecimentos micros, por vezes aparentemente banais.

São nesses palcos que as *identidades* transitam, se constroem, são transformadas, se entrecruzam, conflitam ou se associam. São nesses palcos também que, entre outras *identidades,* reforça-se o *catalanismo* (no *FC Barcelona*, que se torna global, isto acontece mais dentro da Catalunha). Finalmente, são nesses palcos, ainda, que outras *identidades* ascendem, se consagram (umas mais, outras menos), plasmadas por disputas complexas de poder, de narrativas, envolvidas numa trama de trocas mundiais acompanhando a própria transformação das estruturas dos clubes.

1.2 JUSTIFICATIVA

Esse estudo se justifica, de forma geral, por um esforço de enriquecer o campo de estudos da História e das Ciências Humanas, debruçado sobre os fenômenos da *globalização* e das *identidades*, temas que vem desafiando historiadores já há algum tempo. Aí destacam-se as questões de conflito no encontro entre as diferenças, tal como os desafios para uma *globalização* mais sustentável. No campo esportivo, igualmente, a *globalização* também impacta na reconfiguração de *identidades* e comunidades clubísticas, sendo também temas de ampla preocupação. No Brasil, por exemplo, a preocupação com a *modernização* do futebol tem sido um tema constante que inclusive transcende os domínios do campo esportivo. Neste caso, essas discussões levantam questões sobre a corrupção e o amadorismo na gestão do deporto brasileiro, a perda de protagonismo no cenário global e sobre a necessidade (ou não) de impositivos para transformar os clubes em empresas (FERREIRA, 2018; 2019). Também, discute-se sobre o porquê do esvaziamento dos estádios, até a elitização dos públicos (HELAL, 1998; SIMÕES, 2017). Diante desse processo, portanto, demanda-se cada vez

mais produção científica sobre as referidas temáticas.

O recorte deste estudo se dá a partir de 1980, pois esta data está inserida em um espaço temporal pontual bem definido: seria brevemente anterior ou posterior a 1980 que se perceberiam mutações significativas no futebol, inter-relacionadas, e que demarcavam o alvorecer do que se identificou como um processo histórico "novo". Nessa linha, destaca-se a forte disseminação das transmissões televisionadas (crescentemente sem limites de fronteiras), paralelas à ascensão das TVs comerciais na Europa e ao aumento exponencial de valores pagos sobre os direitos de imagem dos clubes; a liberação e ascensão do uso de publicidade na camisa dos times; as associações com empresas esportivas ou multinacionais/transnacionais; as transformações nas legislações esportivas; a reconfiguração organizativa dos clubes, das torcidas, dos campeonatos e da própria mídia, mais afinados com propósitos do lucro e do marketing; e o crescente fluxo internacional de jogadores entre clubes de países diferentes. Tudo isso na esteira e interagindo com as próprias transformações que vinham promovidas pela *globalização* e pela reconfiguração do capitalismo em termos mais amplos, como as crises do *Welfare State* e do petróleo, a *terceira revolução industrial*, o fim da *guerra fria*, a dissolução do bloco socialista, e a ascensão do *neoliberalismo* (ANDERSON, 1995).

No caso da configuração territorial dos clubes escolhidos, vivia-se o chamado processo de *redemocratização* na Espanha, sua entrada na *Comunidade Europeia* (que se ampliava e se reforçava) e a ascensão da Catalunha como uma *Comunidade Autônoma*, além de outras profundas rupturas trazidas pela *globalização* fora e dentro do esporte, como a liberação de jogadores estrangeiros nos clubes espanhóis ainda em meados de 1970. Nos clubes catalães, ascendiam quadros diretivos preocupados com novas demandas do futebol, como Josep Lluís Núñez no *FC Barcelona* (1978-2000), um empresário do ramo imobiliário que efetivamente rompia (também) com a tradição de diretivos ligados à indústria têxtil na região e que venceria as eleições a partir de uma ideia de "menos política" e "mais profissionalismo" no clube; no *RCD Espanyol*, seria Antonio Baró Armengol (1982-1989), um diretivo preocupado com o financiamento sustentável do clube, a partir dos seus próprios sócios, e por isso a continuidade de uma melhor abertura e conexão do clube com a sociedade catalã, iniciada uma década antes. Por outro lado, a massa social desses clubes (já então com dimensões bem diferentes, com a do *FC Barcelona* atingindo proporções nacionais e notoriedade europeia/mundial) presenciava novas conformações, pois é nos inícios da década de 1980 que em Barcelona (e na Espanha) ascende a cultura da "grada" e os chamados torcedores *ultras radicales* (ou seja, torcedores jovens organizados em coletivos, para um torcer notoriamente performático), relacionados a um complexo universo de trocas culturais transnacionais torcedoras (como a *hooligan* ou a *ultra*), ideologias políticas e subculturas urbanas citadinas. Paralelamente, outros fenômenos globais (como

a midiatização, o *neoliberalismo*, o *consumo*, a imigração, o *turismo* e a *conectividade*), vão crescentemente impactar na remodelagem dessas conformações sociais, suas identidades e extensão dos públicos torcedores (inclusive na relação de rivalidade entre os dois clubes).

A data final do recorte (2010) se deu por três motivos centrais: 1º) considerou-se que o recorte 1980-2010 já abarcava dadas rupturas muito perceptíveis e um processo histórico consolidado de reforço do *catalanismo* nos clubes, o que permitiria responder nossa problemática central; 2º) era preciso delimitar o fenômeno da *globalização* em um ponto, ainda com a consideração da sua continuidade. Isto tanto por questões metodológicas como também para estabelecer um distanciamento sobre o fenômeno, pelo pesquisador, ainda que em alguns momentos se traga, nesta análise, o fenômeno para os dias atuais, como (por exemplo) pelo uso de fontes, dados e análises de memórias de pessoas envolvidas, mais recentes; 3) Paralelo às supracitadas razões, os dois clubes podem ser vistos (em 2010) como em um limiar episódico de um quadro de transformações iniciado com a *globalização* do desporto, ainda entre 1970/80: no *FC Barcelona* teremos o fim do mandato de Joan Laporta (2003-2010), e no *RCD Espanyol* (quase que concomitante), o fim também da gestão Daniel Sánchez Llibre (1997-2011).

Laporta ficaria notabilizado por uma ruptura no modelo de gestão do clube, seja na promoção de uma estrutura muito mais sofisticada empresarialmente (em sintonia com a *globalização*), seja na proposta de uma identidade do clube fortemente comprometida com o *catalanismo* local, mas ao mesmo tempo muito bem *encaixada* com o *global* e com o chamado *mundo corporativo*. Nesse período, o *FC Barcelona* atingiria já o posto de um dos maiores protagonistas esportivos globais, consolidado como uma grande potência em termos financeiros (o clube com a segunda maior receita no mundo), em termos desportivos e como um ícone do mundo do entretenimento, chegando a atingir um público estimado em cerca de 350 milhões de pessoas (ELBERSE, 2015), espalhadas por diversas partes do globo.

Llibre poderia ser visto, também, da mesma forma no seu clube (guardadas as devidas proporções), saindo com a entrega de um novo estádio e a consolidação da "sobrevivência" do *Espanyol* após um período nebuloso economicamente, na década de 1990, em que a falência e o desaparecimento foram possibilidades reais. Em comparação a 1980, o clube obviamente cresceu, transformou-se e estabeleceu laços globais. Mas, em relação aos dois protagonistas da *Liga* (*FC Barcelona* e *Real Madrid*), revelava ainda limitações financeiras e regionais, sendo que o núcleo torcedor manteve-se concentrado na Catalunha e em Barcelona, com a promoção muito particular do que nos pareceu um "*catalanismo confidente*": um *catalanismo* que se expressava de forma mais reservada (em comparação ao *barcelonista*), associado a um "orgulho" de ser "minoria", de ser

"incondicional" e que era muito sustentado por laços de proximidade e familiaridade. O que a princípio pode parecer paradoxal, em um período em que o território pouco passou a obstaculizar os limites para as *conexões* humanas.

É importante lembrar, também, que 2008 foi o ano da crise econômica mundial, que logo chegaria à Espanha e à Catalunha, e isto ajudaria a recrudescer um *catalanismo* independentista já anteriormente ascendente, com a irrupção de uma primeira grande manifestação pró-independência ainda em 2010. Esse fortalecimento do *catalanismo*, e depois um recrudescimento em direção ao independentismo, se refletiria também nas *identidades* dos dois clubes, desde o fim do franquismo.

Finalmente, a escolha de clubes de dimensões diferentes (mas de um mesmo contexto territorial) e de fora do Brasil, acabou se revelando muito oportuna, inclusive pelo próprio tema que aborda: a *globalização*. Milton Santos (2001) defende que uma das características da *globalização* foi a promoção de uma espécie de uma mesma ordem mundial, mas que o fenômeno acontece em meio a inúmeras especificidades locais. Nessa linha, uma análise mais comprometida da *globalização* implicaria analisar não apenas os contextos protagonistas em que ela aconteceria, mas os seus desdobramentos e seus efeitos diversos, privilegiando, para tal, os contextos/casos menos ou não protagonistas também, evitando cair em generalizações. Assim, ainda que não seja possível avaliar de forma totalizada a *globalização* no campo esportivo, a ideia é de que a escolha dos dois clubes de diferentes proporções, num espaço *a priori* protagonista (Europa), e da mesma cidade, permitiu-nos avançar e avaliar a complexidade do fenômeno da *globalização* de forma mais crítica.

1.2.1 Sobre a complexidade da categoria identidade

Ao iniciar o desenvolvimento desta tese, ainda em Curitiba (cidade situada no estado/unidade federativa do Paraná, na região sul do Brasil), tinha elencado como análise primeira a experiência histórica de três clubes profissionais locais, da referida cidade, que é a capital paranaense: *Clube Atlético Paranaense, Paraná Clube* e *Coritiba Foot Ball Club*. A intenção inicial era trazer uma história da *identidade* desses clubes e como essas *identidades* se transformaram com a *globalização*. A atenção especial de análise seriam as referências e construções regionalistas destas *identidades* clubísticas. Ou seja, como a *identidade* dos clubes incorporava a ideia de *paranidade*, como ressoavam isso em suas construções identitárias e como essa simbologia teria se modificado com a *metamorfose* no futebol: a *globalização*, a partir do último terço do século XX. A hipótese central, naquele momento, era de que o enfraquecimento do *regionalismo/paranismo* nos torcedores desses clubes, pela *globalização*, poderia estar associado ao processo de ascensão do *consumismo* nas

identidades, o que revelaria uma dicotomia e um conflito entre o *consumismo* e as *tradições.*

Conforme ia desenvolvendo minha pesquisa, me chamava cada vez mais atenção a experiência no Estado espanhol na qual clubes como o *FC Barcelona* ou *Athletic de Bilbao* pareciam ter profundas associações, em suas *identidades* clubísticas, com as *identidades* regionais ou nacionais (como muitas pessoas dessas regiões as percebem) catalã e basca, respectivamente. Além disso, me chamava também atenção o fato de que essas associações tinham aparentemente permanecido e mesmo se reforçado com a *globalização*. Por ocasião da oferta do estágio internacional pela CAPES, resolvi entrar em contato com professores na Catalunha que estudavam o desporto na perspectiva social e histórica no país, a fim de tentar concorrer a bolsa sanduíche e enriquecer a análise das identidades na *globalização*. Tive a felicidade de ser contemplado com uma bolsa ofertada pela CAPES em um período de 4 meses, em Barcelona, de abril a julho de 2017, na *Universitat Autònoma de Barcelona* sob a supervisão do professor José Maria Solé i Sabaté. A experiência realmente foi surpreendente e me levou a questionamentos e revisões que ainda não havia desenvolvido. O principal deles foi repensar a categoria *identidade* que até então me parecia um conceito bem apreensível e uma base de análise tranquila, capaz de nortear a pesquisa da história dos clubes durante o período analisado sem maiores problemas. O que ocorreu é que ao chegar a Barcelona e iniciar os trabalhos tendo como foco a identidade *barcelonista*, me dei conta sobre a complexidade de falar objetivamente da *identidade* do *FC Barcelona*, um clube de dimensões globais, entrecruzado por inúmeras possibilidades *identitárias* no seu corpo social. Isso significava repensar todo meu aparato teórico acerca das *identidades*.

Um episódio que vivenciei, enquanto desenvolvia o estágio, sintetiza e é emblemático para explicar a referida situação. No mês de abril de 2017, aconteceria a partida entre *FC Barcelona* x *Juventus FC*, pela *UEFA Champions League* (*UCL*) 2016/2017, no estádio do Barcelona, o *Camp Nou*. Como era tradicional nas partidas realizadas neste estádio, nesta oportunidade também seria exposto um mosaico nas arquibancadas do time catalão com a frase catalã "*Més que un Club"* ("Mais do que um Clube"). A frase *"Més que un Club"* remete a uma declaração de um ex-presidente, Narcís de Carreras, que em 1968 (plena ditadura franquista) assumiu o cargo máximo da agremiação, e em seu discurso de posse afirmou o que se tornaria uma celebre oração e o lema "cartão de visitas" do clube, desde então. A expressão ressoaria e se consagraria nos círculos *barcelonista*s, naquele momento mais confinados a Catalunha e partes da Espanha, época do *tardo-franquismo*, justamente significando que o clube não representava apenas uma agremiação esportiva, mas era mais que isso: simbolizava valores mais profundos e conotações políticas que superavam aqueles do *status quo* já estabelecidos dentro do futebol.

Pois bem, na ocasião da partida pela *UEFA Champions League,* a frase não foi exposta em catalão (como de costume), mas em inglês, ou seja: foi feito um mosaico com a frase "*More than a Club"*. Isso serviria como ponto de partida para uma série de discussões nos círculos *barcelonistas* locais, segundo um dos meus entrevistados: o jornalista Xavier García Luque do jornal (de Barcelona) *La Van Guardia*. A discussão traria, por um lado, argumentos em defesa da escrita da frase em inglês para que as pessoas fora de Barcelona e da Espanha efetivamente entendessem a mensagem política que o clube pretendia "passar". Além do mais, a mensagem em inglês poderia ajudar mais (do que em catalão) a *globalizar* o clube. Por outro lado, a não exposição do mote em catalão, outros afirmariam, já eliminava de "cara" a possibilidade da divulgação do idioma local e, ademais, não corresponderia à tradição de exibir o lema sempre de uma mesma maneira:

> Ayer mismo, en el partido antes de empezar-se con mosaico: y el mosaico estaba en inglés. Eso te da una globalización absoluta, porque el inglés es el idioma del mundo, pero desde la óptica del Barça, como defensor de la catalanidad, es un paso atrás. Porque se tú lo haces en catalán, puedes encontrar de miles y miles y miles de personas que están vendo el partido y pregunten "¿En qué idioma esta esto?". Y algo por ignoren que existen el catalán, cosa normal. En Brasil tienen [devem existir] millones de personas que no saben que existe el catalán, en cambio si ven el partido y ven aquello y preguntan, y a lo que sabes lo explica: "No, miras, eso está en catalán!", "¿Y que pone?", "Pone 'Más que un Club'!", "Ah, 'Más que un Club', "¿Y por qué pone?"… ¿me entiendes? En un momento con una cosa simple como un mosaico el Barça está jugando un papel[4] (GARCÍA LUQUE, 2017).

Por fim, a mensagem exposta em inglês representaria uma decisão institucional do clube, no seu âmbito diretivo, sustentado por profissionais de referência no *mundo corporativo*. O que ocorre é que, em que pese sua alta profissionalização, uma das *identidades* que mais fortes se consagraram nos círculos do clube (pelo menos entre os torcedores na Espanha e sobretudo na região do clube, com destaque para os sócios na sua maioria residentes na Catalunha), e que até os dias atuais se mantém, foi o ideal do caráter democrático da instituição. Este permanece (portanto) como força incrustada nos círculos sociais do *FC Barcelona*, e tem impedido um maior apartamento entre a parte corporativa do clube e a parte social (diferente dos clubes ingleses, por exemplo). Outro detalhe é que na década de 1990 (mais ou menos) quando as transmissões televisivas na Espanha (sobretudo as internacionais, via satélite ou internet) não eram tão comuns (a televisão digital via satélite, por exemplo, chegou à Espanha em 1997), e o público no estádio era (sobretudo) local, o mosaico com

[4]Ainda ontem, na partida antes de começar, com o mosaico: e o mosaico estava em inglês. Isso lhe dá uma globalização absoluta, porque o inglês é a língua do mundo, mas do ponto de vista do Barça, como defensor do catalanismo, é um retrocesso. Porque se você faz o mosaico em catalão, você pode impactar em milhares e milhares e milhares de pessoas que estão vendo o jogo e perguntem "Em que língua é isso?". E que ignorem que haja catalão, isso é normal. No Brasil devem existir milhões de pessoas que não sabem que existe o catalão, em vez disso se virem o jogo, e virem o mosaico e perguntarem, quem sabe poderá explicar: "Não, veja, isso é em catalão!", "E o que ele diz?"," Ele diz 'Mais do que um clube!'"," Ah, 'Mais do que um clube'", "E por que diz isso?" ... você entende? Em um momento com uma coisa simples como um mosaico, o Barça está desempenhando um papel.

mensagens (como "*Més que un Club*"), e as performances visuais no *Camp Nou*, eram idealizadas e promovidas pela torcida local do *FC Barcelona*, as chamadas *gradas* ou *aficionados ultras radicales*. Só depois de então elas passaram a ser promovidas pelo clube, e tempos recentes passaram a ser controladas no futebol espanhol.

Enfim, o que eu gostaria de destacar é que uma simples contenda envolvendo o idioma o qual deveria ser exposto a mensagem tradicional identitária do clube, acabou revelando uma série de disputas e complexidades sobre a categoria *identidade* que ainda não tinham sido visualizadas a partir das outras experiências que até então havia estudado.

A partir dessa experiência, pareceu-me necessário então, ao tratar da questão sobre *identidades* clubísticas, *ir além* da simples pergunta sobre o que seria "a identidade de determinado clube", mas considerar segmentações, disputas e heterogeneidade no interior da comunidade clubística e seus símbolos representativos, o que envolveria outras situações aparentemente secundárias a serem abordadas. Seria possível mesmo falar em "*identidade*", ou melhor seria utilizar "*identidades*" para tratar de grupos heterogêneos (como a diretoria, a torcida ou os jogadores) e indivíduos que conformam um mesmo clube? Qual seria a parte (ou a totalidade) da configuração social que deveria ser levada em conta e considerada como legítima para representar e narrar a identidade de uma agremiação, sobretudo um clube global? Quais traços principais na escolha para definir a identidade? Como lidar com a amplitude e heterogeneidade de elementos (sociológicos, antropológicos, etc.), de narrativas, disputas, informações e conformações sociais envolvidas na comunidade de um clube? Seria possível uma combinação entre *pertencimento* e *consumismo*, ou a *identidade regionalista* (*nacionalista*, *étnica*, *progressista,* ou de qualquer outra natureza tida como principal) manteria um afã de "pureza" frente ao *consumo*, e estaria sempre em confronto com ele, em uma agremiação? Enfim, onde de fato começava e acabava a *identidade* de um clube de futebol (por excelência e sempre um *fato social* complexo)?

Em face de tantas perguntas, a decisão foi de objetivar a análise identitária do clube (na *globalização)* começando por considerar fundamentalmente três segmentações existentes na comunidade clubística, e no próprio futebol. A referência se deu a partir da proposta de Luiz Henrique de Toledo, que em sua análise antropológica do futebol atentou para heterogeneidade e dividiu o campo esportivo (e os clubes) em três âmbitos de transformações sociais: *profissionais, especialistas* e *torcedores* (TOLEDO, 2002). No caso dos clubes, acreditamos que uma quarta segmentação mereceria ser feita entre os *profissionais*, para se promover análises das transformações durante a *globalização*: os *jogadores*. De todo modo, a ideia do uso daquela segmentação foi partir de um método que considerava (já de início) a existência de fronteiras mais visíveis dentro de uma mesma

comunidade clubística. Também, porque acreditava-se que com essa metodologia seria possível também avançar, e perceber outras *identidades* além do *catalanismo* no *FC Barcelona* (ou no *RCD Espanyol*) – e o mesmo seria possível, por exemplo, para a *identidade* politicamente *progressista* no "Sankt Pauli" ou (ainda) do *catolicismo* no *FC Celtic*, e daí por diante. Destaca-se: de forma alguma está se negando que esses clubes catalisam, consagram e se tornam ícones singulares daqueles fenômenos sociais que extravasam pelo futebol. No caso da Catalunha/Barcelona, essa associação é, aliás, muito bem demonstrada por Salvador Duch (2004), e se reforça no período. O que se está chamando a atenção é de que a *globalização* implicou na associação com outros fenômenos sociais, e outras *identidades*, que passam também a ser catalisados pelas agremiações (e pela sociedade), atravessando o interior das suas comunidades em associações complexas e entrelaçadas. Tais fenômenos passam a impactar na reconfiguração identitária dos clubes e na sua configuração interna, que não são homogêneas (tal como os indivíduos não são monolíticos) revelando as *identidades* como disputas entre forças, mas também como permeáveis e resultantes de *trocas*, ainda que dadas formas de pertencimento e de *identidades* se consagrem (ou permaneçam) mais proeminentes.

Voltando ao citado caso do *FC Barcelona*, me pareceu, portanto, incompleto abordar a remodelagem identitária do clube sem fazer referências à transformação (e expansão) do seu público a um âmbito mundial, tal como seus círculos diretivos (e as sociabilidades aí cultivadas), que passam a ser ocupados e orientados cada vez mais por executivos remunerados (não necessariamente catalães), por pressupostos mais mercantis e científicos, e que começariam a ter como norte a preocupação sobre um potencial mercado global (ainda que diretivos locais, com ligações/preocupações com a *catalanidade* e afetividade com o clube, também permanecessem) e a comunidade esportiva vista muito mais sob a ideia de *público consumidor*. Isso se dá, no *FC Barcelona*, acomodando um modelo altamente profissional e *corporativo*, mas com a manutenção, e o controle, de uma diretoria eleita (ainda) por um corpo de sócios, sob o formato democrático e associativo. Acrescentando que estes sócios seriam restritos a uma quase totalidade de cidadãos nascidos na Catalunha (muitos deles provavelmente destacados *consumistas* dos produtos do clube, mas que certamente não reduziam o clube a um "produto de consumo"). Foi dentro deste quadro organizativo, de *identidades* variadas, e de correlação de poderes e forças, ou *identidades* de um mesmo clube, que a referida decisão sobre o "*More than a Club*" foi tomada, e que (ao que parece) irritou boa parte da massa social do clube nascida e residente na região do clube (que tem também as suas segmentações e heterogeneidades), mas supostamente facilitou o entendimento para um público quantitativamente mais vasto de *barcelonistas*, simpatizantes (ou até antipatizantes) pelo mundo.

Consideradas todas essas questões, durante o processo de construção deste trabalho, chegou-

se à conclusão que uma proposta que pretendesse falar sobre *identidade* clubística, de forma geral, teria uma gama inesgotável de elementos a abordar, logo optou-se aqui pelo desenvolvimento da categoria e um recorte dentro dela. Essa tarefa, aliás, é desenvolvida na *Seção 4* desta tese, em que se discute os conceitos de *identidade social* e *globalização*, e *identidades* no futebol, acabando por definir a escolha em duas dimensões identitárias clubísticas a serem tratadas: a *diretiva* e a *torcedora*. E por fim, também, decidiu-se concentrar a análise nos clubes de Barcelona: o *FC Barcelona* e o *RCD Espanyol*.

2 REVISÃO TEÓRICO-EMPÍRICA: *IDENTIDADES*, FUTEBOL E *GLOBALIZAÇÃO*

Quando abordamos o tema da *globalização* aqui, a conjuntura que se faz referência é a partir década de 1970, demarcada pelo que se tem como início da crise do *Welfare State* ocidental, tal como de uma ruptura que promove a *expansão mundial do capital*, paralelas a chamada *3ª revolução industrial/tecnológica*. Posto isso, vamos citar alguns estudos considerados referenciais para situar o presente trabalho e sua contribuição ao campo acadêmico, levando em conta o campo de discussões sobre *globalização no futebol* e *identidades no futebol* durante a *globalização*.

Em relação aos trabalhos sobre a *globalização* e *identidades* no campo esportivo, existe já uma boa quantidade produzida (artigos e comunicação) sobre os fenômenos, abordando vários aspectos e em diferentes localidades. Uma obra destacada é *Globalization & Football,* publicada em 2009 na Inglaterra, pelos professores sociólogos Richard Giulianotti e Roland Robertson. Giulianotti é uma das maiores referências no estudo do futebol em termos sociológicos, sob uma perspectiva global, possuindo outros trabalhos sobre o assunto. Nesta obra, em síntese, entende-se a *globalização* como um processo de longa duração que teria se iniciado ainda na *idade moderna* (século XV) e no século XIX passaria a inter-relacionar-se com o futebol. Para Robertson e Giulianotti, a *globalização* é fundamentalmente um processo de *trocas* e não apenas de imposições e/ou resistências. Nessa linha, os professores se atentam em analisar como o futebol se difundiu e transformou numa escala global. Trazem uma visão panorâmica de diversas experiências pelo mundo esportivo, enfatizando as dimensões e intercâmbios: culturais, políticos, econômicos e sociais, nos últimos 40 anos. *A obra de Giulianotti e Robertson é uma das principais referências deste trabalho,* sendo a ideia da *globalização* como um "processo de *trocas*" incorporada e problematizada para o caso dos clubes catalães analisados.

Acredita-se que outras obras merecem, também, uma breve alusão. Nessa perspectiva, para América Latina, destaca-se que, ainda nos finais da década de 1990, surgem algumas tentativas

pioneiras de organizar coletâneas supranacionais sobre futebol e sociedade, destacando-se as iniciativas do professor Pablo Alabarces, que traziam discussões sobre os mais variados aspectos dentro das ciências humanas. Para um período mais recente, se faz destaque aos estudos de Arley Sander Damo, Gilmar Mascarenhas, Irlán Simões e Bernardo Borges Buarque de Hollanda, que tratam de análises de *identidades*, configurações torcedoras e estádios no Brasil. No caso de Hollanda, vale a menção a uma publicação apresentada no Rio de Janeiro, em 2017, cujo título é *Torcidas organizadas na América Latina*, um conjunto de estudos organizado em parceria com Onésimo Rodríguez Aguilar, sobre grupos torcedores do continente que, embora não enfoquem diretamente as transformações do futebol na *globalização*, acabam apresentando estudos dentro deste recorte temporal e abordando a questão das *identidades*. A questão torcedora, e da transformação do público torcedor, na globalização, parecem também já contar com um bom *corpus* de estudos na Europa, sobretudo no Reino Unido. Aí se inscreve uma tradição que se inicia a partir da preocupação com o *hooliganismo*, sendo um dos pioneiros Ian Taylor, ainda na década de 1960 (em Birmingham, um herdeiro dos *Estudos Culturais*), depois Charles Critcher na década de 1970 (seguindo a perspectiva marxista), e posteriormente pela conceituada "Leicester School", com destaque para Eric Dunning, sob a perspectiva elisiana, na década de 1980 (GIULIANOTTI, 2010; SIMÕES, 2017). Esses estudos vão inspirar Richard Giulianotti numa categorização da transformação torcedora, em termos identitários, na *globalização*. Esses autores, e toda a discussão que promovem dentro de uma sociologia, antropologia e mesmo *tipologia* do *torcer*, são abordados e nos permitem posicionar-nos na *Seção 4.3* deste trabalho para tratar do tema, oferecendo duas categorias *ideais* utilizadas para pensar a transformação histórica torcedora, nos dois clubes da Catalunha.

Dentro da perspectiva de estudos sociológicos sobre torcidas performáticas e organizadas na Europa, outra obra que destacamos (e utilizamos) é *Understanding Football Hooliganism: A Comparison of Six Western European Football Clubs,* lançado em *2006* na Holanda*, por Ramon Spaaij.* Esta obra, embora não aborde diretamente a questão da *globalização* no esporte, explora com profundidade a temática do *hooliganismo* de forma comparativa, e como um fenômeno transnacional dentro do período da *globalização*. Traz a experiência de clubes de três países europeus (Inglaterra, Holanda e Espanha), a partir de um recorte sociológico, destacando-se sua abordagem sobre os *Ultras* do *RCD Espanyol* e do *FC Barcelona*. Uma outra análise também referencial sobre torcedores, mas numa perspectiva que não se restringe aos grupos *ultras* ou *hooligans,* é a de Peter Kennedy e David Kennedy, que lançariam em 2013 também uma coletânea no Reino Unido denominado *Football supporters and the commercialisation of football: comparative responses across Europe*, trazendo, conforme o título dá a entender, diferentes experiências de transformações torcedoras na Europa.

Mais recentemente, destaca-se o site britânico *Taylor and Francis online*, associado à revista *Soccer and Society*, que exibe uma variedade interessante de artigos e livros sobre a temática. E ainda, alguns estudos já dentro do *universo do marketing* esportivo e do *comportamento do consumidor esportivo*, que também utilizam *tipologias* para tratar das diferenças (e metamorfoses) entre *tipos* torcedores.

Dentro de uma análise mais econômica e gerencial, faz-se referência ao livro *El fútbol como negócio: una introducción a la gestión deportiva en Europa y Brasil*, de Oliver Seitz, Rori Miller e Carles Fort (lançado em 2012), que conta um pouco da *globalização* no futebol europeu, espanhol e brasileiro, trazendo a experiência do *FC Barcelona* e do *Coritiba Foot Ball Club*, no período. Peter Kennedy e David Kennedy, por sua vez, em 2016, publicariam o livro *Football in Neo-Liberal Times: A Marxist Perspective on the European Football Industry*, o qual promove uma abordagem sociológica e econômica sobre o futebol globalizado, fazendo referências ao confronto entre interesses mercantilistas, dos torcedores tradicionais e da própria sociedade em geral, inseridos naquele processo. Outra obra referencial, para esta pesquisa, foi um conjunto de estudos sobre gestão no futebol, publicado em 2015 no Brasil, e promovido pelo Ministério das Relações Exteriores, denominado *Mundo Afora: Planejamento e Gestão No Futebol* que traz experiências em diferentes países do mundo sobre o tema, buscando repensar a gestão do futebol no Brasil. Destacamos, também, a publicação em 2016 da obra intitulada *La gran burbuja del fútbol* do economista José Maria Gay de Liébana, a qual procura desenvolver uma análise econômica do futebol na Europa, trazendo números das principais ligas e clubes. Liébana destaca um processo de uma hierarquização do futebol em termos econômicos seja entre clubes, seja entre ligas. Além disso, também afirma que o futebol na Europa se constituiu como uma indústria baseada grandemente em uma contabilidade arriscada, de margem mínima de sustentabilidade econômica.

Faz-se menção a duas obras, que na verdade tratam da experiência esportiva brasileira na *globalização*, consideradas referenciais, e que nos ajudaram a problematizar a experiência da *globalização* e *identidades* nos clubes catalães, na *dimensão diretiva* deles. Trata-se das publicações *Passes e Impasses: futebol e cultura de massa no Brasil* de Ronaldo Helal, lançada em 1997, e *A metamorfose do futebol* publicada por Marcelo Proni, em 2000. No caso de Helal, ele defendeu que o Brasil tinha dificuldade de se inserir na indústria do futebol porque persistiria um dilema identitário e uma resistência para incorporar códigos *modernos* e liberais, no futebol e na sociedade brasileira, onde prevaleceriam relações pessoais e de cunho *tradicionais*: assim a *modernização*, e a *globalização* dos clubes, não podiam acontecer. Proni também considera que uma dada forma de cultura no Brasil se fez presente (e atrapalhou) na metamorfose das organizações esportivas no contexto de *globalização*. Por outro lado, apresenta a questão de forma diferente: defendeu que a

globalização do futebol brasileiro de aconteceu (mesmo com dirigentes amadores e corruptos), mas ficou restrita ao ápice da pirâmide social, onde apenas um seleto grupo de "grandes clubes" e jogadores conseguiram se associar às mídias, patrocinadores esportivos e fazer parte do chamado *esporte espetáculo* (então em ascensão). Assim, na análise de Proni, as questões *identitária* e cultural (dentro das organizações) aparecem com menos força em favor da estrutura econômica: a imensa maioria não conseguiu se associar, e nem tinha condições mínimas de adentrar a lógica do futebol empresa, porque isso estaria relacionado a condição subdesenvolvida do país e as suas abissais diferenças e limitações macroeconômicas. Essa discussão entre *modernidade*, *tradição,* cultura e questões econômicas dentro das metamorfoses do futebol no âmbito diretivo e gestor, são incorporadas para pensar a trajetória de diferenciação dimensional entre *FC Barcelona* e *RCD Espanyol*.

Numa análise das referências sobre o estudo do futebol na Espanha, dentro do campo acadêmico, a percepção que se obteve é de que ainda permanece um pouco restrito (LLOPIS, 2015; SOTO, 2014), embora se afirme existir já uma vasta produção fora da academia, sobre diversos aspectos do desporto. Destaca-se que um dos pioneiros, no país, para estudos do desporto nas ciências humanas seria Vicente Verdú, que teria promovido análises culturais do futebol, ainda na década de 1980 (LLOPIS, 2015). Desde então, outros autores se destacaram nesse campo de estudos, como os historiadores Josep Maria Solé i Sabaté e Carles Santacana que desenvolveram estudos sócio-históricos sobre futebol e o *FC Barcelona*; o historiador Carles Viñas, que desenvolveu estudos sobre os estilos jovens do torcer e a sua relação com a política e a sociedade na Catalunha, Espanha e Europa; o sociólogo Ramón Llopis Goig, o qual conta com investigações sobre futebol, identidades e globalização na Espanha; o historiador Alejandro Quiroga Fernández de Soto que tem estudos sobre futebol e identidades nacionais e Xavier Ginesta Portet, que tem pesquisas na área da comunicação social e desporto, entre outros.

Entre os estudos que trabalharam com a temática da *globalização* e/ou *identidades* na Espanha, destacamos algumas obras que se apresentaram como referenciais para esta pesquisa. Uma delas é o livro *Spanish Football and Social Change* de Ramón Llopis-Goig, publicada em 2015. Neste trabalho, Llopis se propõe a fazer uma análise sociológica do desporto, sobretudo enfocando para o período do pós-franquismo. O sociólogo aborda diferentes questões ao longo do livro, explorando-as em variadas dimensões (social, política e cultural). Assim oferece um breve panorama da história do futebol na Espanha, das identidades tradicionais nos clubes e o início de uma cultura do consumo no futebol e mudança do *ethos* torcedor. Trata também da simbologia histórica e a sua transformação, da seleção espanhola, e aborda (ainda) as transformações estruturais do futebol na Espanha, e questões

relacionadas ao gênero, violência e racismo no futebol.

Já o livro *Goles y banderas: Fútbol e identidades nacionales en España* do historiador Alejandro Quiroga Fernández de Soto, procura analisar a relação (e a transformação) entre identidades e futebol, seja no âmbito espanhol, catalão ou basco a partir da chamada *transição democrática* (pós 1977). Tem como fontes principais periódicos desportivos dentro e fora da Espanha (inclusive, neste caso, periódicos do País Basco e na Catalunha).

Outras obras que merecem referência são *El Mundo Ultra* (2005) e *Tolerancia Zero* (2006), ambas do historiador Carles Viñas. Viñas desenvolve análises do fenômeno *ultra* nas formas de torcer na Espanha (*hinchas radicales*), em especial nas torcidas do *FC Barcelona* e do *RCD Espanyol* (segundo Viñas, seria Teresa Adán a pioneira em trabalhar com essa temática, na Espanha).

Embora alguns desses estudos não sejam análises cujo foco principal seria a *globalização* no esporte, estes trabalhos fornecem informações extremamente ricas sobre como o processo de *globalização* impactou no âmbito esportivo do Estado espanhol, e em uma determinada forma identitária torcedora no período. Foram fundamentais para construirmos o *contexto configuracional* europeu, espanhol e catalão para desenvolvermos as análises nos clubes.

Destaca-se, ainda, a referência de Barcelona e da própria Espanha como centros destacados de escolas de negócios na Europa (em instituições como IESE ou ESADE, que surgem em fins da década de 1950), as quais acabaram desenvolvendo muitos estudos sobre o futebol na perspectiva dos negócios. Nessa linha, se faz menção as organizações *Barça Universitas* e *Johan Cruyff Institute*, ambos ligados ao *FC Barcelona* como centros de formação e inovação, e a partir dos quais, alguns estudos foram obtidos para a realização deste trabalho.

No que diz respeito a trabalhos sobre a temática das identidades e globalização no *FC Barcelona* e no *RCD Espanyol*, encontrei uma vastíssima produção de memorialistas e/ou jornalistas (só no acervo da biblioteca *FC Barcelona* constavam mais de 800 obras, embora nem todas sobre o clube), vários artigos e trabalhos de pós-graduação para o primeiro caso (alguns deles de fora da Europa), sobretudo na questão da *identidade* do *FC Barcelona* e sua relação com a Catalunha. Neste aspecto, são referenciais os trabalhos dos professores Josep Maria Sole i Sabaté e do professor Carles Santacana, os quais inclusive planejaram a reforma do museu do clube em 2010. Quatro outros trabalhos merecem destaque. O primeiro é *Futbol, metàfora d'una guerra freda*: *un estudi antropològic del Barça* de Jordi Salvador Duch, tese de antropologia defendida em 2004 na Universitat Rovira i Virgili. Em síntese, Duch desenvolve uma análise identitária do *FC Barcelona*, tendo como foco quatro espaços onde o *barcelonismo* apareceria: entre a "gente" do Barça (torcedores no seu cotidiano ou que se reúnem para ver os jogos), as expostas nos meios de comunicação, entre

os especialistas (discurso de pessoas destaque social entre os *barcelonistas*), e nos rituais (qualquer evento que acontecesse tendo como justificativa o clube). O segundo é *Tratamiento de la información deportiva en la prensa, la crónica como género prevalente: el caso de los encuentros de fútbol entre Real Madri y F. C. Barcelona*, tese de comunicação social defendida em 2011 na Universidad de Málaga por Alicia Naranjo de Arcos. Neste trabalho, Alicia pesquisa crônicas em dois jornais de Madrid (*As* e *El País*) e dois jornais de Barcelona (*Mundo Deportivo* e *La Vanguardia*), por ocasião dos enfrentamentos envolvendo o *FC Barcelona* e o *Real Madrid*, no recorte 1990-91 até 2009-10. O objetivo e entender como esses jornais constroem as narrativas do *El Clásico*. O terceiro trabalho é *El Poder Politico Y Social En La Historia Del Fútbol Club Barcelona* (1899-2015) tese de doutorado em história publicada em 2015, por Ángel Iturriaga Barco, na Universidade de La Rioja em Logroño, na Espanha. Barco procura fazer uma história panorâmica do clube desde a sua fundação, enfocando correlações, na trajetória *barcelonista*, com o campo social e político da Catalunha e Espanha, a partir de tipologias diferentes de fontes. Não é uma tese que se debruça sobre os temas da *globalização* e *identidades* de forma aguda, entretanto acaba abordando também essas questões ao longo do trabalho, de forma secundária. Finalmente, o quarto trabalho é de Victor Figols, uma dissertação de mestrado apresentada na Universidade Federal de São Paulo em 2016, intitulada *FC Barcelona: entre o global e o regional (1988-1999)*. Figols utiliza como fontes, matérias nos jornais *ABC* (imprensa de Madrid), o *La Vanguardia* (imprensa de Barcelona), e as atas do clube. Em síntese, ele procura dar luz as discussões no âmbito gestor que o clube enfrentava durante a globalização, sobretudo aquelas que versavam sobre a manutenção das tradições catalãs do clube em contraste com as demandas para sua mercantilização.

No que diz respeito ao *RCD Espanyol,* também há uma produção considerável em termos de literatura memorialista, muitas que trazem dados interessantes e abordam a questão identitária do clube com muita qualidade. Este é o caso, por exemplo, dos livros *Cien años de historia del RCD Espanyol de Barcelona* de Juan Segura Palomares (2001); *RCD Espanyol*: *Historia de um Sentimiento*, de Hector Oliva (2017) e *Una Cuestión de Fe* de Enric Gonzalez (2012). Há alguns artigos acadêmicos, ou mesmo obras que tem abordagens analíticas sobre o clube, mas de forma geral não encontrei trabalhos acadêmicos que se dedicassem com foco especial na *globalização* do clube, ou na discussão identitária sob a perspectiva acadêmica.

Considerado este cenário de produção bibliográfica sobre o assunto, este trabalho pretende discutir o tema da *globalização* e da transformação das *identidades*, dentro do futebol no recorte 1980-2010. A abordagem, como já destacado, explora as especificidades do *FC Barcelona* e do *RCD Espanyol* no período, preocupado em tratar das heterogeneidades e transformações identitárias no

interior do *corpo social* que conformam os clubes, transitando entre as metamorfoses dos domínios diretivos e torcedores, método que demarca uma novidade neste campo de produção. No processo ainda de delimitar a abordagem, o que se percebeu é que, no caso do *FC Barcelona* já havia trabalhos acadêmicos extremamente ricos para entender a *catalanidade* no clube (no *RCD Espanyol*, pareceu-nos que havia ainda uma carência neste aspecto). Em termos de trabalhos de memorialistas, ambos os clubes (com um volume considerável no caso do *FC Barcelona*) estavam bem servidos nesse aspecto, também. Diante disso, este trabalho foi estruturado buscando pensar a *catalanidade* (e seu reforço nos clubes no período), mas a partir de um ponto de vista que a considere como um processo que se dá paralelo às transformações globais, para além da sociedade catalã (como tem sido comum realizar-se, nas pesquisas). Ou seja, como este elemento se interligou a outros fenômenos sociais e outras *identidades* na *globalização*. Assim, a abordagem do *catalanismo* nos clubes, mas a partir de um enfoque de *globalização* demarca a principal contribuição e inovação deste trabalho nesta área de conhecimento.

3 METODOLOGIA: A TEORIA CONFIGURACIONAL PARA ENTENDER A *GLOBALIZAÇÃO* E A TRANSFORMAÇÃO DAS *IDENTIDADES*

Neste trabalho, a leitura sócio histórica da *globalização* e das *identidades* tem como princípio estrutural a teoria *configuracional,* de Norbert Elias, um dos principais pilares que sustenta a tese daquele autor sobre o *processo civilizador*. Basicamente, a teoria elisiana parte do princípio da existência de um *processo civilizador* que ocorreria na sociedade humana, desde tempos remotos. Quando utilizamos a *teoria elisiana* neste trabalho, entretanto, não estamos vislumbrando o *processo civilizador,* mas sim as relações sociais a partir da referida teoria *configuracional*, segundo a qual, historicamente, haveria um processo de integração cada vez mais complexo de indivíduos em uma rede social mais vasta, moldando estes indivíduos psicologicamente nesse movimento, para que eles sustentassem cada vez mais essa teia social por um autocontrole mais refinado das suas pulsões, já que isto seria também pré-condição para que conseguissem satisfazer as suas vontades de uma forma mais regular e efetiva.

Configurações poderiam ser descritas como estruturas, padrões que grupos de seres humanos interdependentes formam entre si. Ou seja, unidades de indivíduos, inter-relacionados em grupos, em que convergem elementos de diversas naturezas. Estes grupos se construiriam, desconstruiriam e reconstruiriam seus agrupamentos em tensão uns com os outros, eu uma dinâmica social de movimento. Para Elias formariam *configurações*, por exemplo, desde uma pequena vila, uma cidade até um país e todo o globo: dependeria da escala de observação adotada. Sendo assim, uma partida

de futebol também poderia ser vista como uma *configuração*: haveria ali uma relação dinâmica (associativa e/ou tensionada) entre jogadores, juiz, bandeirinhas, torcidas, regras e tantos outros indivíduos e elementos. Esta partida poderia ser vista sobre um foco mais amplo, com ramificações mais extensas: como parte de uma *configuração* de um campeonato e mesmo de uma sociedade (refletindo então elementos políticos, econômicos, culturais, da organização dessa sociedade etc.). Portanto, uma partida de futebol poderia ser vista ligada às *configurações* sociais mais amplas e complexas, em que também se desenvolveriam disputas, tensionamentos entre grupos e indivíduos formando redes vastas de interdependência e equilíbrios de tensão, entre eles. Elias assim descreve o conceito de configuração:

> A configuração imediata formada por aqueles que participam directamente no jogo e nele se encontram presentes constitui parte de uma configuração mais alargada que compreende, a um nível, a organização do clube que escolhe as equipas e se responsabiliza por questões como o fornecimento e a manutenção de facilidades de jogo, e, a outro nível, os órgãos legislativos e administrativos que formulam as regras, asseguram e determinam os controlos oficiais e organizam o quadro competitivo global. Por seu lado, esta configuração constitui uma parte da configuração mais vasta que é composta pelos membros da sociedade como um todo e, por sua vez, a configuração da sociedade existe também num quadro internacional. Em poucas palavras, desportos e jogos são organizados e controlados, bem como observados e praticados, enquanto configurações sociais. Aliás, não se encontram socialmente separados e desinseridos sem relação com a estrutura mais vasta de interdependências sociais, mas intimamente entrelaçados, muitas vezes de forma complexa, com a estrutura da sociedade em geral e com a maneira como esse tecido é entrelaçado no âmbito da estrutura das interdependências sociais (ELIAS, 1992: 302).

É exatamente esta perspectiva de *configuração* que incorporamos para este trabalho, procurando desenvolver um enfoque sobre os clubes, e as transformações que eles vivenciam no período, como um nível *configuracional* ligado a processos e *configurações* mais amplos, como as da região da Catalunha, da Espanha, da Europa e mesmo da configuração mundial, todas essas (também) em processos de transformação e trocas, o que sintetizamos pelo termo *globalização*. O clube é, portanto, o palco por excelência da nossa análise e reflexo de *configurações* mais amplas, das *locais* às *globais*. Dessa forma, quando abordamos a questão da *globalização*, a transformação dos clubes e das *identidades*, vamos abordá-los através da teoria *configuracional*, escolhendo alguns processos considerados importantes. Assim, nossa análise se desenvolve primeiro a partir de uma leitura mais panorâmica, apresentando processos mais amplos que envolvem a *configuração* mundial da sociedade e do esporte no período, partindo depois para *configurações* mais específicas (como a transformação do Estado espanhol com o fim do franquismo, a Catalunha, a mídia, os campeonatos na Espanha e na Europa, as mudanças na estrutura esportiva e da legislação esportiva na Espanha, etc.), até chegar nos clubes, e mais especificamente em dois *espaços* no interior dos clubes: os *círculos diretivos* e os *círculos torcedores*. É este exercício que justifica a divisão da tese em duas partes (*Seção 4* e *Seção 5*), que remetem: a primeira (*Seção 4*), à *configuração* global de transformações (incluindo

o futebol; e a segunda (*Seção 5*), à configuração mais específica do Estado espanhol, Catalunha e dos clubes. Outros autores e conceitos foram, ainda, muito importantes para construção desse trabalho, na abordagem do tema das *identidades*, e são desenvolvidos em diálogo com a teoria *configuracional* e a experiência histórica analisada. Em especial, conforme já destacado, a leitura de Richard Giulianotti e Rolando Robertson, sobre *globalização*. Destes autores, destacamos os conceitos de *grobalization/glocalization* e *connectivity* (um conceito que, na verdade, é tomado emprestado de John Tomlinson). Entre os outros autores (alguns clássicos das ciências humanas), destacamos os conceitos de *hibridação, novas identidades* e *descentramento* de Stuart Hall (2004), *modernidade* e *identidades líquidas* de Zygmunt Bauman (2005), *encaixes* e *desencaixes* de Anthony Giddens (1991), *aceleração social* de Hartmut Rosa (2010). Abordamos estes conceitos e autores de forma detida na *Seção 4.1* da tese, propondo-se algumas categorias mais gerais sobre as *identidades* na *globalização*, com o objetivo de pensar e para nos auxiliarem na análise das *identidades* (e suas metamorfoses) nas comunidades dos clubes.

3.1 FONTES

Para o desenvolvimento desta pesquisa - sobretudo para a *Seção* 5.2 e *Seção* 5.3, que é quando trazemos a história dos clubes dos dois clubes catalães - as fontes de análise centrais elencadas foram: as memórias orais de atores do campo esportivo e a escolha de certo conjunto do de obra de memorialistas dos clubes - 5 do FC Barcelona e 6 RCD Espanyol. Em ambas as fontes os relatos são, na sua quase totalidade, de pessoas da Catalunha. Somada a essas duas fontes, incorporou-se em determinados momentos a literatura acadêmica disponível sobre as temáticas, seja para abordar as trajetórias dos clubes quando havia lacunas (como no caso dos torcedores *ultras* dos clubes), seja como base para problematizar as fontes mnêmicas. Utilizamos também, secundariamente, fontes diversificadas como: periódicos, as exposições dos museus dos clubes, atas e revistas do *FC Barcelona*, fotografias e imagens, fanzines das torcidas clubes, sites dos times e de torcedores, páginas da web em geral, entre outros artefatos. *Esta, na verdade, foi uma abordagem que procurou romper um pouco com a tradicional prática de desenvolver trabalhos baseados em periódicos, certamente uma base segura em termos de fontes.*

No que diz respeito as fontes orais, montou-se um quadro prévio de entrevistados considerando que correspondessem a subdivisão em três categorias possíveis: *profissionais*, *especialistas* e *torcedores*. De forma panorâmica, a metodologia utilizada para essa escolha passou pela ideia de “tipo ideal” e a existência de fronteiras sócio-identitárias entre esses três tipos sociais.

O paradigma que serviu de embasamento foi o de Luiz Henrique de Toledo (2002), modelo proposto em seu livro *Lógicas do Futebol* que diferencia pelo menos três grupos no interior do campo esportivo: *profissionais, especialistas e torcedores*, conforme antes referido. O objetivo era trazer, então, olhares e memórias plurais sobre a história dos clubes, mas a partir de pessoas que se encaixassem naquela subdivisão. Além das entrevistas com essas pessoas, aproveitou-se a ocasião para planejar a entrevista com pessoas do campo acadêmico, o que serviria muito para ajudar na crítica e leitura das próprias entrevistas. Dentro desse universo, entrevistou-se o professor Josep Maria Solé i Sabaté, o professor Carles Santacana e o professor Carles Viñas.

O quadro prévio de possíveis entrevistados do *FC Barcelona* foi "preenchido" com ajuda do professor Josep Maria Solé i Sabaté, que forneceu vários contatos no clube. O Sr. Manel Tomás (responsável pelo museu), sugeriu a entrevista com um senhor da Galícia, que adentraria na categoria *torcedor.* Este senhor prontamente atendeu e figuraria como uma excelente oportunidade de um relato barcelonista de fora da Catalunha, mas que teve de ser feita por e-mail. O agendamento da entrevista dos dois torcedores *ultras* do FC Barcelona, foi obtida a partir de pesquisas na internet (e envio de e-mails) promovidas pelo autor. Outra entrevistada, ainda reportando a categoria *torcedor*, foi realizada com a catalã e sócia do clube, Mari, que era cunhada de um amigo no Brasil, Victor Figols. Mari além de atender a divisão proposta, parecia (e seria) muito solícita para fornecer a entrevista, o que ajuda bastante nesse tipo de coleta de dados.

Para o *RCD Espanyol*, o professor Solé me apontou também o memorialista Héctor Oliva. No caso do Espanyol, ainda obtive o auxílio de David Tolo, pessoa responsável pelo museu do clube que conheci quando lá realizei a visita. Ele me indicou pessoas da torcida para entrevistar, e uma destas que entrevistei Sergio Requena (torcedor *ultra*), me indicou a administradora das *penyes* do clube, Sra Araceli Pérez. Outro *torcedor ultra* do clube foi obtido por meio de abordagem a página da sua torcida no *Facebook*. Já Xavier Ruiz Hierro, conheci a partir de uma página do clube na internet, que detinha bastantes arquivos históricos sobre o *Espanyol*. Daniel Sanchéz Llibre (ex-presidente do clube), seria uma pessoa destacada na obra dos memorialistas, e por isso foi escolhido (mas sua entrevista acabou não se realizando).

Assim o quadro conceitual dos potenciais entrevistados teve pessoas previamente selecionadas a serem contactadas e outras que foram obtidas com o tempo. No caso das primeiras, entrou-se em contato para agendar as entrevistas, mas nem todas as pessoas planejadas poderiam ser entrevistadas, por diferentes motivos. Isto não comprometeu o quadro estrutural que havia sido proposto. Já na fase de realização das entrevistas, desenvolvimento e escrita posterior do trabalho, percebeu-se que aquela divisão conceitual inicial poderia ser ampliada e segmentada ainda mais no

caso dos torcedores (pois havia diferentes subtipos torcedores, como sócios, penyes, *ultras*, ou não locais como o senhor da Galícia). Por isso, no momento da escrita, optou-se por seguir a ideia estrutural anterior oferecida por Toledo, mas fazendo e pontuando as diferenciações entre os próprios tipos torcedores, e os *lugares de memória* diferenciados que traziam (ver quadro adiante).

Sobre o processo de realização das entrevistas, atentou-se para uma questão importante, que se dá sobre as condições que os dados mnêmicos são produzidos. Alberti (2004) chama esse contexto de *enquadramento*. Ou seja, os dados obtidos em uma entrevista são muito influenciados pelo *enquadramento* daquele momento. Isto implica na dinâmica da própria entrevista que envolve vários fatores: o local em que ela acontece, a percepção do entrevistado sobre quem é o entrevistador e o que ele vai fazer com aquele relato, o "ritmo" de perguntas e respostas (ou perguntas abertas sem interrupção do entrevistador). Enfim, o *enquadramento* são as inúmeras condições em que o *texto mnêmico* é produzido (com a participação do entrevistador), entre as quais o próprio contexto histórico: seria errôneo imaginar que as experiências passadas expressas por um relato oral foram conservadas e recuperadas em uma suposta integridade e de forma definitiva na oportunidade de uma entrevista (CANDAU, 2012). Tendo isto em vista, procurou-se estabelecer certa uniformidade para a realização das entrevistas.

O autor sempre se apresentou como pesquisador, mas procurava uma relação mais informal com o entrevistado. Em Barcelona elas foram realizadas no período de abril a agosto de 2017, e outra em outubro de 2018. Os locais das entrevistas eram geralmente colocados como de opção dos próprios entrevistados, pedindo-se apenas que fosse um local que não houvesse interrupções ou muito barulho. Portanto aconteceram geralmente no local de disponibilidade do entrevistado, como cafés, bares, escritórios, ou residência, utilizando-se um celular como gravador de áudio na maior parte dos casos, pois percebeu-se com experiências iniciais em que utilizei a câmera, que as entrevistas não fluíam de maneira mais informal nestes casos. Procurou-se também realizá-las sempre num intervalo entre 30 e pouco mais de 60 minutos, pois pareceu (logo no início) que após este tempo os entrevistados cansavam e, às vezes, podiam começar a dar respostas curtas e evasivas. Em alguns casos, foram realizadas mais de uma sessão com entrevistados, e houve três entrevistas por e-mail.

A reconstrução da história dos clubes, principalmente a partir das memórias (orais e escritas), se orientou nestas fontes (mas também nas fontes secundárias), basicamente a partir de perguntas objetivas sobre a história da gestão dos clubes e das torcidas. Nesse processo, as entrevistas realizadas foram planejadas e se caracterizariam mais pelo modelo *semidirigida*, seguindo como um ritmo de conversa a partir de perguntas previamente elaboradas, para extrair um conjunto de dados objetivos e dentro de temáticas comuns aos entrevistados, embora com certa abertura para os relatos mnêmicos

que, porventura, fugissem ao roteiro. Houve três casos (excepcionais) que as entrevistas foram realizadas por e-mail, por escrito: o Sr. Suso, o memorialista Xavier Ruiz Hierro e um torcedor ultra do Espanyol. No caso do Sr. Suso, foi por causa da distância (ele morava na Galícia), no caso de Hierro foi porque ele queria consultar seus arquivos e dar informações precisas, e já para o caso do torcedor ultra do *Espanyol*, foi porque ele não quis se identificar

Além das entrevistas, teve-se a oportunidade de conviver com os círculos dos entrevistados, o que resultou em boas informações obtidas também por meio de conversas informais, experiências etnográficas, o que também permitiam fazer uma melhor leitura dos relatos e do *lugar de fala* dos entrevistados.

A escolha pela utilização de duas fontes principais para elaboração deste trabalho - literatura de memorialistas e memórias orais - ocorreria como um objetivo de que se complementavam para reconstituição do passado, já que se previa que somente os relatos orais não ofereceriam sustentação para a responder nossas questões levantadas e mesmo para a escrita da tese. Esperava-se, também, que alguns relatos orais trouxessem informações inéditas (ou conflitantes) em relação à literatura memorialista e acadêmica, como de fato ocorreu. Neste caso não houve a preocupação de que a obra memorialista (ou outras fontes) "garantiria" o resgate de uma "história real" enquanto a memória oral seriam apenas "representações": conforme Pollak (1992) ressalta, não se trata de uma oposição entre "história real" (fontes históricas pretensamente mais "objetivas") e o que seria a "história representação" (memórias orais), mas o entendimento que toda a fonte histórica resguarda uma dada construção possível do passado, que precisariam ser apresentados e problematizados. Já para o caso das obras acadêmicas e entrevista com os professores, estes dados seriam utilizados como uma base crítica para as próprias entrevistas.

No processo de construção do texto, houve um esforço em atentar sobre as estruturas narrativas mnêmicas mais comuns às memórias (orais e livros) encontradas em Barcelona, sobre a história das agremiações - e que acabam agindo no sentido de reforçar determinadas *identidades* para um presente em que essas memórias foram expostas. Portanto, a estrutura das histórias dos clubes apresentadas nesta tese também corresponde, em alguma medida, ao que foi retratado com mais frequência por essas memórias. Isto evidencia alguns limites para este trabalho (como uma possível monumentalização de um dado passado, que seria consagrado pelas memórias as que se teve acesso), mas por outro lado, atenderia um dos objetivos centrais, que é trazer justamente as expressões identitárias em Barcelona que se revelam nos relatos *mnêmicos*, na memória coletiva e narrativas históricas.

Considerados os referidos limites, por outro lado, vale dizer que a "estrutura" narrativa da

tese não é mera transposição ou a simples consagração das memórias "mais fortes" encontradas em Barcelona, sobre os clubes. Isto porque as entrevistas e a escrita da tese se pautaram, sobretudo, a partir das perguntas/questões que levantamos, houve o confronto entre os relatos mnêmicos (de diferentes *lugares de fala* em um mesmo clube), e a construção texto da tese tem por base toda uma metodologia teórica, que é (inclusive) apresentada ao leitor. Ainda, há a utilização e o confronto com outras fontes, e há (ainda) a dialética narrativa entre os dois clubes rivais da Catalunha, sobre os mesmos assuntos. Ademais, utilizamos trabalhos acadêmicos e (conforme já apontado) entrevistas com professores especialistas nas temáticas, como base para crítica para a construção do texto da tese.

Além disso tudo, a alusão ao próprio *lugar de fala* e de *memória* dos nossos entrevistados e memorialistas são contemplados. Isto porque os relatos mnêmicos (como qualquer fonte histórica) não são uma expressão objetiva, neutra e absoluta do passado, mas uma reconstrução que se entrelaça com determinado sentido, e *identidade* mesmo, para o entrevistado ou para o memorialista de um livro (POLLAK, 1989). Cabe ao historiador a sensibilidade de entender e problematizar como se dá dessa reconstrução, relacionada à inserção social do entrevistado ou do memorialista: Le Goff (1984), por exemplo, alerta que os processos de lembrar e esquecer são mediados pelos sentimentos, a posição social do entrevistado e disputas de poder. Por isso, procuramos contemplar essa situação, inicialmente, quando subdividimos nossos entrevistados em três "tipo ideais" (*profissionais, torcedores* e *especialistas*) e, ao longo da pesquisa, aquela divisão inicial acabou revelando mais especificidades que acabariam sendo abordadas: os clubes de futebol exprimiam comunidades extremamente heterogêneas (de classes, gêneros, etnias, gerações, posições políticas, etc.).

A prudência em relação ao *lugar de fala* das memórias, que são fontes principais deste trabalho, deve ser considerada a luz da própria metamorfose que envolveria o *FC Barcelona* na *globalização*, pois o clube passaria a conformar, cada vez mais, um público de milhões de pessoas ao redor do mundo (além de outros *stakeholders* ou instituições) e este público se tornou, inclusive, maior fora da própria Espanha e da Catalunha. Sendo assim, figura mais uma vez importante destacar que considerar os relatos orais e memórias em livros de pessoas apenas da Catalunha, como principais para uma análise efetiva da *globalização* e das identidades do clube (por exemplo), representa certos limites. Mas, por outro lado, vale também reafirmar que foi ali (no período) o lugar (obviamente) do núcleo social claramente mais protagonista do clube para dados aspectos, em termos identitários e mnêmicos, ou nas palavras de Pollak (1989), o núcleo que permanece como o da "memória oficial" da agremiação.

As memórias contempladas por livros escritos em sua quase totalidade por catalães (ver Tabela 2 e 3, mais adiante) abarcam anos de publicação distintos entre o período de 1999 a 2012, e

as memórias orais dos entrevistados de Barcelona são de 2017. Parece-nos importante destacar alguns movimentos históricos que abarcam o período em que houve "produção" destas fontes (sobretudo os relatos orais, que são de 2017). O primeiro deles é de que essa época acompanhou, justamente, o reforço do *catalanismo* (um dos temas centrais deste trabalho) que inclusive teve uma guinada (no período) ao independentismo, sendo que os relatos orais colhidos são contemporâneos a toda efervescência do processo da independência (sobretudo depois de 2010). O recorte temporal de "produção" das fontes é aquele em que, também, o *FC Barcelon*a se consolidava (ou já estava claramente consolidado) como um clube global e plenamente distanciado do rival citadino *Espanyol*. Período, ainda, em que o *RCD Espanyol* já havia superada a possibilidade do seu "quase desaparecimento", no que seria dramatizado como a "crise" do clube (entre 1988-1994), uma narrativa frequente e consagrada nas memórias pesquisadas da agremiação. Finalmente, estas fontes "surgem" envoltas em um momento em que a própria *globalização* do desporto (e para além dele) é reconhecida já como um fenômeno de rupturas proeminentes, identificável e familiar ao senso comum.

Com o objetivo de explorar e evidenciar mais o *lugar de fala* dos nossos entrevistados em Barcelona (em 2017 e 2018) exibimos um quadro a seguir com algumas informações deles. No caso destes, também, na *Seção* da tese em que tratamos dos clubes (5.2 e 5.3), trazemos um perfil mais detido sobre cada um dos entrevistados. Logo adiante, oferecemos ainda, o conjunto de obras de *memorialistas* utilizadas, quem eram os autores, os anos de publicação, e em que condições foram produzidas. Isto oferece uma ideia geral do contexto da sua produção. Finalmente, vale também alertar que este trabalho não teve como foco central fazer simplesmente uma "história das memórias em Barcelona" da globalização dos clubes, mas uma história da globalização e metamorfose das identidades nos clubes, cujas memorias são fontes principais, mas não são as únicas. Assim, não se buscou empreender uma comparação detida entre os relatos mnêmicos, os lugares de memória ou mesmo entre as narrativas memorialistas, aprofundando e destrinchando com maior ênfase os relatos, a trajetória de vida dos entrevistados, o seu contexto biográfico e o *lugar social* de onde emergem (o que, sem dúvida, seria um exercício que acrescentaria para a análise). Posto isso, a seguir apresentamos a referida menção crítica geral sobre estas fontes:

Tabela 1 - Entrevistados em Barcelona

Clube	*profissionais*	*especialistas*	*torcedores*	Historiadores
	Quadro diretivo	**Memorialistas**	**Aficionados**	
FC Barcelona	Joan Laporta (ex-presidente, 2003/2010)	Xavier García Luque (jornalista *La Vanguardia* ; escreveu livros sobre o clube)	Josep da "grada" *Sant Jordi*	Carles Santacana; Josep Maria Sole i Sabaté; Carles Viñas; ~~Rámon Llopis Goig~~
	Ricard Huguet (ex-dirigente, década de 1980)		Jacob da "grada" *Sang Culé Cor Català*	
	Ramon Termens (*Syndic penyes* [1] , 2017)	Jordi Finestres (relações públicas na *Generalitat* ; escreveu livros sobre o clube)	Suso, presidente da *Peña Barcelonista de Modoñedo* (Galícia)*	
			Mari (sócia)	
RCD Espanyol	~~Daniel Sanchéz Llibre (ex-presidente)~~	Hector Oliva (periodista; livro sobre o clube)	Curva RCDE*	
		Francesc Xavier Ruiz Hierro (pesquisador do clube)*	Antonig Roig *Presidente da Penya Espanyolista Blanc i Blava*	
			Araceli, Presidente da Federação de Penyes do clube	

Legenda

1. *Syndic Penyes*: função de um gestor, que cuida da relação do clube com as *penyes* (espécie de embaixadas torcedoras)
*Entrevistas via e-mail;**Profesor Ramon Llopis Goig e o ex-presidente do *RCD Espanyol*, Daniel Sanchéz, foram entrevistas programadas, mas não puderam realizar-se devido a falta de "agenda" dos entrevistados.

Fonte: elaboração própria (2017).

Já sobre as obras de memorialistas utilizadas, seguem abaixo as características:

Tabela 2 - Obras de memorialistas do RCD Espanyol

Livro	Publicação	Autor	Dados do autor
Cien años de historia del RCD Espanyol de Barcelona	2001	Juan Segura Palomares	Barcelona (1931). Periodista, também teve carreira como ator. Trabalhou por muito tempo no clube na área de comunicação, inclusive compondo o hino atual do clube, de 1999. O livro foi publicado com financiamento de uma fundação do clube. Segundo o professor Solé, Palomares foi também um policial franquista, e ele seria o principal intérprete da identidade do clube.
RCD Espanyol: *Historia de um Sentimiento*	2017	Hector Oliva	Terrassa/Catalunha (1970). Doutorado em direitos políticos e também periodista, escritor e guia de viagens em Barcelona e foi, inclusive, um dos meus entrevistados.
Una Cuestión de Fe	2012	Enric	Barcelona (1959), formou-se jornalista e trabalhou como

		Gonzalez	correspondente do El País em Londres, Paris, Nova Iorque, Washington, Roma e Jerusalém.
Con Dani y Contra Dani	2009	Sergio Fidalgo	Barcelona (1968), foi diretivo da *Federació Catalana de Penyes*, e colunista em várias mídias de torcedores do clube.
De l'encís de Sarrià al Somni de Cornellà-El Prat	2009	Manel Fanlo y Manolo C. Cánovas	Manel Cánovas, (Barcelona - 1946), periodista, trabalhou no *Mundo Desportivo* e no *Don Balón*. Manuel Fanlo i Malagariga (Barcelona - 1952), periodista, trabalhou na TV3, Mundo Deportivo e Don Balón. O livro foi publicado com financiamento da fundação do clube.

Fonte: elaboração própria (2018).

Tabela 3 - Obras de memorialistas do FC Barcelona

Livro	**Publicação**	**Autor**	**Dados do autor e/ou obra**
Barça, 110 anys fent historia	2009	Carles Santacana i Torres (org)	Carles Santacana i Torres (Barcelona-1961) que é historiador Universidade de Barcelona, organizou este trabalho que buscou contar a história do clube desde a sua fundação, com a ajuda de outras pessoas envolvidas historicamente, com a instituição: Ramon Alquézar, Antoni Bassas Onieva, Jordi Finestres, Xavier G. Luque, Xavier Pujadas, Josep M. Solé i Sabaté (historiador), Josep Termes, Manuel Tomàs i Joan Villarroya. Foi uma obra publicada em 2009, por ocasião da comemoração dos 110 anos do clube e ao que tudo indica, com o apoio da instituição.
FC Barcelona:Memòria de 19 anys (1978-1997)	1997	FC Barcelona	É uma publicação promovida pelo clube fazendo um balanço dos últimos 19, ou seja, desde o início da gestão Núñez no FC Barcelona. O ano de 1997 seria também o ano de eleições no clube, mas não a publicação não exibe o mês em que foi apresentada, o que não permite afirmar se foi antes ou depois do pleito.
La Catedral del Barça	2007	Josep Maria Casanovas	Barcelona (1947), destacado periodista na Catalunha, trabalhando em rádios, Tvs e jornais, inclusive ajudando a fundar a Revista Don Balón e o periódico Sport. O livro foi lançado por ocasião dos 50 anos do Camp Nou.
Les Penyes Barcelonistes	1999	Toni Strubell i Trueta	Oxford (1952) filho de pai inglês e mãe catalã, linguista, escritor e também articulista para alguns periódicos. O livro faz parte de uma coleção pelo centenário do clube, que parece ter tido apoio institucional.
A Bola Não Entra Por Acaso	2010	Ferran Soriano	Diretivo durante a gestão Laporta no FC Barcelona (2003-2008). Atualmente do Manchester City.

Fonte: elaboração própria (2018).

Em relação aos periódicos, foram utilizados mais os diários *La Vanguardia* e *Mundo Deportivo* (editados em Barcelona), e de forma excepcional *ABC* (sediado em Madrid, de perfil mais conservador), *El País* (sediado em Madrid, mais progressista). Todos esses periódicos estão disponíveis no recorte proposto.

No que diz respeito as outras fontes, há uma certa multiplicidade de tipologias. Desde exposições nos museus, atas e revistas do *FC Barcelona*, *fanzines* de torcedores, fotografias ou uma série de sites de internet. De uma forma geral observou-se a crítica sugerida por Le Goff no seu clássico texto *Documento/Monumento* (1996). Ou seja, considera-se que são artefatos que "sobreviveram" e chegaram até nós (entre outros que não chegaram), e que são resultados de

intenções de determinados atores que os produziram no passado, elementos que precisam necessariamente ser avaliados pelo historiador na sua análise.

Sobre as atas do *FC Barcelona*, o acesso a elas tinha uma limitação até o ano de 2003, porque o ex-presidente Sandro Rosell (presidente depois de 2010) tinha uma disputa jurídica com outro ex-presidente, Joan Laporta (presidente entre 2003-2010), e assim aquelas atas estavam impossibilitadas de serem disponibilizadas aos pesquisadores. As atas eram manuscritas em livros do tipo tamanho A-4, e em 1993 passaram a ser impressas. Uma das críticas a esse documento é que se trata obviamente de um relatório dos encontros da junta diretiva, escritos a partir da visão de uma determinada pessoa, e que possivelmente tinha ciência de que ela ficaria exposta no centro de documentação do clube (criado em 1994).

Sobre as revistas dos FC Barcelona, cabe pontuar que não foram materiais produzidos ao longo dos anos com um mesmo padrão, formato e periodicidade. Antes 1998 há um intervalo, por exemplo, em que não havia as edições. Destaco, também, que me pareceu um material em termos jornalísticos de excelente qualidade, com matérias aprofundadas em que participavam especialistas dos assuntos abordados. Os professores historiadores Josep Maria Solé i Sabaté e Carles Santaca tem, inclusive, alguns artigos nessas revistas, que forneceram informações importantes para este trabalho. Por outro lado, em uma crítica da fonte, é preciso considerar que se tratava também de um material de cunho informativo e de ligação entre a diretiva do clube e dos sócios, e que (ao contrário dos *fanzines* de torcedores do clube) despertou determinada preocupação e interesse para ser armazenado.

No caso dos museus do *FC Barcelona* e do *RCD Espanyol*, esses são espaços que cumprem duas funções: primeiro, manter e divulgar uma dada memória dos clubes e segundo, também atuar como uma atividade de entretenimento (é realizado como parte de um "tour pelo estádio") que repercuta em receitas para os clubes.

Para o museu do *FC Barcelona*, este fica anexo a um Centro de Documentações e biblioteca do clube, informatizados e que funcionavam de segunda a sexta feira. Ano a ano é destacado como o mais visitado da Catalunha (já faz alguns anos), recebendo turistas de várias partes do mundo e, na oportunidade do meu estágio em Barcelona, estava lotado de segunda à segunda. Também, se trata de um museu sofisticado em termos tecnológicos e de interatividade e que tem uma narrativa da história do clube num espaço de dois andares. Foi reformulado em 2010, participando os professores Carles Santacana e Josep Maria Solé i Sabaté da sua reformulação, os quais reportaram que a intenção era de criar um ambiente de entretenimento para contar a história do clube, mas dentro de um compromisso crítico nesta narrativa. Já o caso do museu do *Espanyol*, é um museu de porte bem menor e estava (ainda) mais organizado como uma sala de troféus, ao qual o visitante passava no seu

"tour" pelo estádio. Para fazer visitas era preciso agendar com antecedência e aguardar a confirmação do clube para ver se existia um número mínimo de pessoas, para então fazer a visita. Já o acervo deste museu não era aberto para investigação. Ademais, o *RCD Espanyol* teria muito do seu acervo perdido e ainda não exposto (porque precisa ser organizado) por conta da mudança do estádio do clube (em 2009), e posterior abertura de um espaço para museu no seu interior. Nesse processo de mudança, parte do seu acervo teria se perdido ou estaria armazenado ainda de forma desorganizada, o que não dava condições para ser exposto no museu.

No que diz respeito ao restante das fontes, pela variedade e especificidade delas, optou-se por fazer a crítica no corpo do trabalho na ocasião em que elas são incorporadas como fontes para uma determinada argumentação ou análise. Há um grande número de fontes (geralmente encontradas em sites de internet) cujos dados fornecidos são mais de cunho "factual" (como números ou informações mais objetivas) e não estruturais para análise, de modo que em muitos casos apenas apresentamos a referência, sem maiores críticas.

3.2 ESTRUTURA DA TESE

A presente tese está dividida da seguinte maneira: na *Seção 4* (*Identidades, Globalização e Futebol*), discutimos de forma mais detida e ampla o fenômeno da transformação das *identidades* e da *globalização*. Aí a categoria das *identidades* na *globalização* é aprofundada, tal como os processos de *globalização*, considerados referenciais, são também explorados. Este exercício é realizado, também, considerando a configuração mundial do futebol no período, destacando transformações identitárias mais específicas do campo esportivo. Duas dimensões para análise da *globalização* e das *identidades* são destacadas, aprofundadas e serão utilizadas nos capítulos subsequentes, na análise dos clubes: 1) âmbito *diretivo* e 2) âmbito *torcedor*.

Na *Seção 5* (*A Globalização na configuração do FC Barcelona e do RCD Espanyol*) adentramos a experiência da globalização e das identidades na especificidade de dois clubes da Catalunha, *O Futbol Club Barcelona* e o *Reial Club Deportiu Espanyol*. Antes de entrar na experiência dos clubes, propriamente dita, primeiramente escolhemos e fazemos uma análise de algumas configurações na escala configuracional do Estado espanhol e que vão interagir diretamente no processo de suas transformações estruturais e das identidades nas agremiações, a saber: 1) *configuração* territorial (social, cultural, política e econômica), 2) esportiva, 3) midiática, 4) legislativa. Neste momento o *catalanismo* e um pouco da história da Catalunha são também trazidos para pensar nas transformações locais e globais, no período.

Já nos clubes, procuramos oferecer ao leitor uma perspectiva histórica da *globalização* deles e da transformação das identidades que engendravam. A estrutura da narrativa é cronológica, e busca seguir a linha comum, dos fatos mais lembrados e destacados como "referenciais", que foram encontradas entre memorias orais e livros de memorialistas escrita dos clubes em Barcelona - o que, conforme já exposto, não se trata de mera transposição daquelas memórias. Por várias vezes, àquelas memórias se acrescentam informações ou problematizações encontradas em trabalhos acadêmicos, relatos dos professores/historiadores em Barcelona, ou dados encontrados em outras fontes (como os periódicos por exemplo). Para divisão dos subcapítulos, em cada clube, dois *lugares* das agremiações foram contemplados: as diretivas e as torcidas. Assim, a análise das transformações dos clubes é segmentada, tratando da *globalização* do clube no âmbito dos *círculos diretivos* interagindo temporalmente com a *globalização* do clube no âmbito dos *torcedores*, enfatizando-se (em ambos os *lugares*) as trajetórias e as diversas *trocas* (sociais, culturais, econômicas, políticas) que aconteciam. Não abordamos o *âmbito dos atletas*, ou o *âmbito da imprensa*, mas destaca-se a percepção de que esses seriam também *lugares* importantes de transformações identitárias e estruturais do futebol, no período.

No caso da dimensão dos *círculos diretivos*, tentou-se segmentar os subcapítulos em recortes que retratavam cada ciclo diretivo (embora também se segmente períodos de um mesmo ciclo diretivo). Aí, se privilegiou a apresentação de narrativas de presidentes em época de eleições (como foram as eleições e sobre discussões de "como estava" e "como deveria estar o clube"), depois quando assumiam os clubes, o formato de organização dessas diretivas, as suas composições sociais e associações, as medidas efetivamente tomadas, os dilemas enfrentados, e os resultados apresentados (que reuniam dramatizações identitárias sobre fracassos e conquistas). Também são apresentados dados econômicos, dados de desempenho esportivo, local de nascimento de atletas e as transformações simbólicas (hinos, escudos e uniformes promovidos pelas diretivas). No caso da dimensão torcedora, procurou-se inicialmente apresentar o universo torcedor do clube no recorte 1980-2010, depois abordando em seguida como os subgrupos no interior desse universo se transformam (como no caso do *FC Barcelona*, que atinge proporções globais), as formas identitárias que percorrem esses grupos, algumas narrativas que foram expressas e como se dão as mudanças nos estádios. Isso em um diálogo com o clube e com outros processos de globalização. Em ambos os casos apresentação é realizada de forma descritiva e cronológica, fazendo referência as outras *identidades* da globalização, destacando-se algumas narrativas que ganham evidência nos clubes e como estava presente, e se reforçava, o *catalanismo* nesses *lugares*.

4 IDENTIDADES, GLOBALIZAÇÃO E FUTEBOL

4.1 IDENTIDADES E GLOBALIZAÇ ÃO

Identidade e *Identidades*

Estudos sobre *identidades* remontam a um passado remoto, dispondo de análises e abordagens de diferentes áreas da humanidade e culturas: desde as várias formas de religiões, filosofias antigas ou medievais, até a psicanálise e demais campos do saber científico, na *modernidade* (e *pós-modernidade*). É possível afirmar, porém, que a ascensão (e sofisticação) da referida categoria dentro do mundo acadêmico, mais particularmente na análise dos fenômenos sociais, foi potenciada com a *globalização* do século XX, pois foi justamente aí que o "encontro" com o *outro* se tornou mais permanente e evidente, demandando respostas. *Identidade* é também um conceito extremamente complexo[5] e de uma possibilidade muito vasta de abordagens e questões, reconhecendo-se na presente investigação, e na própria ciência, determinados limites para sua análise que vão desde o recorte metodológico proposto, a complexidade metafísica da natureza humana e, atualmente, a própria trajetória ainda não muito clara da *globalização* neste aspecto. Foi, inclusive, na percepção de uma de suas complexidades que se resolveu por utilizar, no presente trabalho, o termo *identidades e* não *identidade.*

Esta escolha se deu pela conclusão de serem o indivíduo e os grupos sociais (na *globalização*) entes bastante intrincados que nos revelam, na verdade, *múltiplas identidades* (e não *identidades* monolíticas), sendo que estas (por sua vez) apresentam também *múltiplas faces*. Estes dois fenômenos, *múltiplas identidades* e *múltiplas faces da identidade*, estão ligados ao que denominamos *jogo das escolhas* e ao *jogo das alteridades*, respectivamente.

As *múltiplas identidades* do indivíduo podem ser evidenciadas pela relação de identificação, pertencimento e sociabilidade entre *indivíduo* e o *grupo social*: ou seja, não se entende o *indivíduo* como definido de forma acabada por um *grupo* (ou *classe*) que pertence, por mais consistente e referencial que seja essa relação[6], ou por mais evidente que seja a existência (e consagração) de identidades coletivas fortes, em meio a possibilidade de inúmeras contradições internas (a conhecida metáfora do "desenho" de uma floresta homogênea, quando a base são de árvores heterogêneas). A

[5]Parece-nos claro, nesse sentido, que a análise das identidades demanda um esforço não apenas abstrato e teórico, mas sobretudo um aprofundamento descritivo e analítico sobre a especificidade estudada.
[6]Por outro lado, se tornaram frequentes estudos, na academia, que se debruçaram sobre determinados tipos de identidades de grupo, como: geracionais, políticas, de gênero, de localidade, de classe, de nacionalidade ou etnia.

separação entre o "eu" e o "nós" tem uma história de pelos menos meio milênio na sociedade ocidental, modelo (aliás) que (ele próprio) *globalizou-se* em meio a tradições *holísticas* locais. Isto desde a *modernidade,* quando o *indivíduo* passou a entender-se como um ente indivisível e ao mesmo tempo autônomo à sociedade, a ponto de imaginar poder "transitar" entre diferentes *grupos sociais* de pertencimento (incorporando vários papéis sociais, por vezes até contraditórios entre si) sem perder o que seria a própria "essência" durante seu cotidiano e a sua vida (HALL, 2004; ELIAS, 1987). A *aceleração* nesse "trânsito" e o aumento de opções de pertença (inclusive) foi potenciada pela *globalização.* Nas palavras de Bauman:

> Poucos de nós, se é que alguém, são expostos apenas a uma comunidade de ideias e princípios de cada vez, de modo que a maioria tem problemas com a questão da l´ipseité [a coerência daquilo que nos distingue como pessoas, o que quer que seja] (BAUMAN, 2005:19)

Defende-se que as *múltiplas identidades* de *indivíduos* e *grupos*, ou a gama de opções de identificação que eles dispõem na sua trajetória cotidiana, não significa (porém) que eles estariam simplesmente "à deriva" de percepções continuamente volúveis. Isto acontece, conforme citamos, pelo *jogo das escolhas*, ou seja, ocorreria uma ordem de prioridades nesses papéis sociais possíveis, ligada a *percepção histórica* que *indivíduos* e *grupos* têm de si: *l´ipseité*. Desta forma, o *indivíduo* e os *grupos sociais* de pertencimento invariavelmente incorporam um sentido da vida, um sentido geral de existência do *grupo* (sua manutenção e coesão tenderiam a ser mais fortes quanto mais próximos dos "princípios" mais aceitos). Neste aspecto, afirmaria Rüsen (2013), todas as culturas (portanto todas as *identidades*) inscrevem um sentido para o seu presente e suas ações, articulando ideais de futuro e experiências percebidas no seu passado[7]. Em síntese, isso significa que o *indivíduo* não dispõe suas identificações, *papéis sociais* e *grupos* a pertencer, num mesmo plano de importância: em termos de padrões gerais, ele exibe e opta mais por algumas do que outras[8], prevalecendo *escolhas*[9]. Dentro dessa lógica perceberemos, na análise das *identidades* nos círculos diretivos dos clubes, que esse é um núcleo demarcado por disputas de "projetos de futuro" sobre a instituição (o que ela "é" e o que "deveria ser"), que demarca, leituras sobre o "passado" e o "presente" da agremiação, que ficam mais evidentes em épocas de disputas políticas (como eleições) ou por

[7]Gordon Mathews (2002), por sua vez, também faz uma leitura muito esclarecedora nesse sentido: "O eu é universalmente feito de lembranças do passado e da expectativa ansiosa pelo futuro, ligadas a um presente constantemente mutante; os eus se manifestam em uma construção contínua feita de palavras; e os eus vivem em um mundo de outras pessoas sempre presentes na mente, mas que as outras pessoas não conseguem jamais entender completamente" (MATHEWS, 2002: 39).
[8]Como, por exemplo, um adolescente que abre mão de sair no fim de semana para estudar para o vestibular ou um partido político que se alia com outro maior, por estratégia política.
[9]Vale a pena conferir um desses jogos de escolhas oferecidos por Stuart Hall (2004), que traz um episódio envolvendo uma questão política nos Estados Unidos, sobre a indicação de um juiz negro conservador, pelo presidente George Bush (pai). No caso, em questão, o objetivo era agradar eleitores brancos conservadores, e negros liberais, mas houve a uma acusação ao juiz de assédio sexual por uma mulher negra, o que reconfigurou todo apoio ou rejeição a sua nomeação.

dramatizações de performances esportivas do clube. Em suma, toda *junta diretiva* de um clube incorpora uma ideia de *identidade* para instituição, consagra *escolhas* (além de refletir outras *identidades sociais* em seu interior) que, por seu maior apartamento da comunidade clubística durante a *globalização*, podem inclusive conflitar com aquelas consagradas pela comunidade (principalmente pela torcida).

No que diz respeito às *múltiplas faces* que assumem as *identidades*, essa está ligada ao *jogo das alteridades.* A *identidade social* acontece sempre em relação às outras, ela não acontece isolada, ela depende de uma *fronteira*, e cada *fronteir*a com as outras é específica, proporcionando então faces diferentes. Isso significa que as identidades são construídas sempre em um contexto em que interagem formações configuracionais conjunturais, com o *indivíduo* e com os *grupos* de pertencimento. É isso que possibilita *indivíduo* e os *grupos* de pertencimento apresentar *alteridades* diferentes, e por vezes até aparentemente contraditórias (entre si) conforme a ocasião: como um clube de futebol "grande" que pode se tornar o "pequeno" em um outro contexto de disputa, ou um "centro" político que se torna "esquerda" política, em uma nova configuração de um parlamento. No futebol, Elias e Dunning (1992) apresentam o *jogo das alteridades* como sendo "um complexo de polaridades interdependentes criadas no padrão de jogo" conforme a "fotografia" específica da *configuração*. Já Giulianotti (1999), afirma que o jogo de futebol se funda (por si só) na *díade, uma* oposição binária de indivíduos, desde figurações mais simples (*atacante* versus *zagueiro*, por exemplo) até figurações de pertencimento mais complexas (disputa entre clubes, selecionados, regiões e nações)[10].

Com essas explanações buscou-se justificar o porquê de se incorporar o plural para tratar das *identidades*, tal como oferecer alguns pontos tidos como fundamentais para entendê-las no contexto da *globalização*. Nossos próximos passos são buscar explorar como elas se constroem, qual a relação delas com a *globalização*, e como se apresentam neste contexto.

[10]Um exemplo no futebol, oferecido por Arlei Damo (1999), também nos parece singular nesse sentido. Damo destaca que no Brasil os campeonatos nacionais fomentam identidades regionais, enquanto a seleção brasileira inspira uma outra alteridade por parte dos mesmos indivíduos, agora em relação ao estrangeiro: "Colado à construção da identidade nacional, o futebol sugere, de um lado, certa vulnerabilidade dessa identidade e, de outro, contradições endêmicas em cuja base residem as diversidades étnicas, regionais e, em dados momentos, raciais. Enquanto no primeiro caso as atualizações ocorrem, em geral, de quatro em quatro anos, por ocasião das Copas do Mundo, no segundo elas são permanentes, desde que se confrontem clubes de regiões distintas. Num e noutro caso, o futebol-arte serve de encompassador das diferenças regionais, evocando juízos acerca das formações étnicas, políticas, históricas, sociais e econômicas das unidades federativas." (DAMO, 1999: 93). Destaca-se, ainda, o fato das alteridades nas agremiações não acontecerem somente no plano "clube x clube": podem existir outras disputas e alteridades em que se confrontam no interior de um mesmo clube, como em embates, entre diretivos em períodos de eleição, o clube x própria torcida, torcida x jogador, entre inúmeros outros arranjos possíveis.

Identidades na *globalização*: *matéria prima, narrativa de si, polifonia* e *consagração*

Segundo Stuart Hall (2011), o *tempo* e o *espaço* seriam coordenadas básicas de todos os sistemas sociais de representação (como a escrita, a pintura, o desenho, a fotografia, a arte, a tecnologia e para o nosso caso acrescentaríamos: o futebol) e ofereceriam uma "geografia imaginária" dos sujeitos, nas sociedades. Isto nos sugere que uma análise das *identidades* na *globalização* implica debruçar-se sobre o *universo contextual* ou *configuracional* a partir do qual elas se expressam, compreendidos como as referidas coordenadas *tempo-espaço* dos sujeitos, situado em qualquer *lugar* específico do mundo. O referido *universo* compreenderia deste modo, em um mundo *globalizado*, o amplo *espaço* dinâmico (de trocas) que comportaria e perpassaria inúmeros níveis *configuracionais* sociais, que vão dos *locais* ao *global*, e os quais (em diferentes, específicos e infindáveis caminhos) vão conformando as *identidades* em suas especificidades. Assim, o referido *universo*, joga papel vital na expressão e repercute na modelagem das *identidades*, incluindo (desta forma) toda a complexidade da vida social e humana: desde o âmbito material, o político, sociológico, cultural, etc. O *universo contextual* é visto aqui, portanto, como ponto de partida primordial para o entendimento das *identidades* e como uma ampla fonte de *matérias primas* (compartilhadas globalmente, mas também específicas locais) para possibilidades diversas de construções no par objetivo/subjetivo, revelando desdobramentos identitários singulares em cada *lugar* do mundo, a partir de condições globais.

Partindo desse princípio, destacam-se duas questões iniciais para o entendimento das *identidades* no período: 1) as referidas *matérias primas*: fundamentais para a construção das *identidades* sociais pelos sujeitos, e aí a *configuração* da *globalização* exerceria um papel protagonista; 2) Também, o que se denomina *a narrativa de si*, que não seria uma *identidade* plena de *grupos* ou do *indivíduo*, mas uma expressão submetida a disputas fora, e também dentro da própria comunidade, revelando um jogo sempre dinâmico de *polifonias*: são diferentes narrativas *identitárias* em disputa por consagração de um determinado ator ou grupo social, exposto às *configurações*.

Com *matérias primas*, queremos ressaltar o entendimento de que as *identidades* são construídas por meio de condições externas (e anteriores) contextuais, e que fogem à vontade imediata dos atores: fatores geográficos, temporais, culturais, sociológicos, materiais, de *status* e biológicos, por exemplo. Entende-se que Norbert Elias e Pierre Bourdieu tangenciam essa ideia a partir do termo *habitus*, que embora não tenham exatamente o mesmo significado para os dois, de forma geral se referem a uma percepção etnocêntrica da realidade que o indivíduo/grupo adquire na vida em sociedade, e que é ponto de partida para formular sua *identidade*. Percepção parecida se faz sobre o conceito de *fatos sociais* de Émile Durkheim: neste caso, eles seriam as matérias-primas para

construção das *identidades*, e elas mesmas poderiam ser vistas como formas de *fatos sociais*. Ou ainda, a concepção de *fato social total* de Marcel Mauss, que basicamente relacionava as *identidades* às instituições, formas culturais, econômicas e sociais em que elas estariam imersas, configurando-se e funcionando como *sistemas sociais completos* e *complexos* (DUCH, 2003).

Vislumbra-se que outros estudos no campo das *identidades* trabalham com ideias próximas ao referido fator que chamamos de *matéria prima*. É o caso, por exemplo, dos estudos sobre *identidade étnica*, os quais partiriam da existência de uma *identidade* comum entre grupos de pessoas, a partir de elementos culturais, geralmente com destaque para a língua. Segundo Llopis (2006), estudos mais recentes neste campo utilizam os conceitos de *etnicidade* e *grupo étnico*, enfatizando a necessidade de uma consciência (ou memória coletiva de um passado em comum) e sentimento de pertencimento por esses *indivíduos* a um mesmo grupo. Também, a referência a um possível território, e a atribuição destacada a um elemento cultural concreto em comum (fonte de *matéria prima*) como a religião, o folclore ou a própria língua.

Outro exemplo possível seriam os estudos *marxistas ortodoxos* ou *heterodoxos* (também chamados marxianos). Neste caso, o indivíduo e os grupos sociais são vistos, em suas expressões identitárias, como reflexos das *classes* sociais as quais pertencem (a classe seria fonte de *matéria prima* para a construção da sua identidade, mas neste caso ela poderia ser *consciente* ou *alienada*): nos termos marxistas, isso seria o fenômeno da *superestrutura* refletindo e se inter-relacionando com a *infraestrutura*, numa realidade demarcada pela luta de classes (o "verdadeiro" motor da história). Haveria diferenças na leitura identitária, e sobre os limites da classe, como *matéria prima* pelos referidos *marxismo ortodoxo* em relação ao *marxismo heterodoxo.* No caso do *ortodoxo* o econômico determinaria o cultural, enquanto no *heterodoxo* haveria espaço de autonomia para fenômenos culturais em relação ao econômico[11].

Já os estudos de gênero teriam o sexo biológico para o que chamamos fonte de *matéria prima*. Nessa linha, uma das referências nesse campo de estudos, Judith Buthler (2000), consideraria o *sexo biológico* como um elemento não desvinculado da construção discursiva e sociocultural de *gênero* e da *identidade*, estes (entretanto) que poderiam acontecer de diferentes formas em contextos sócio históricos diferentes.

Essas referências não têm a pretensão fazer um quadro analítico desses (complexos) estudos, apenas demarcar melhor os limites teóricos do entendimento de *identidades* neste trabalho,

[11]Essa seria a proposta de Thompson, e dos chamados estudos culturais, os quais dariam voz a chamada experiência histórica: uma construção peculiar de cada momento e lugar, que expressa também os tensionamentos de classe, podendo revelar formas de resistência e identidades historicamente construídas para além da classe como totalizadora e anterior à identidade individual.

destacando que a *globalização* traria um novo conjunto de condições e impactaria na ordem das *matérias primas* sociais, o que repercutiria diretamente na construção das *identidades*, durante o período. Ressalva-se que a ideia de *matérias primas,* como base das *identidades*, não quer afirmar um determinismo, ou uma *essencialidade* delas. O entendimento das *identidades* não é inteiramente como algo fixo, mas um *processo* dinâmico, mutável, fluído, que (entretanto) tem *traços* mais e menos dialógicos, alguns que são menos escolhidos pelos sujeitos e lhes são mais impostos *configuracionalmente*. Nos clubes estudados neste trabalho, por exemplo, a performance esportiva clube é uma *matéria prima* referencial (dialogando o caldo cultural local/global, entre outras *matérias primas* catalisadas na instituição) para construção das identidades episódicas e mutáveis da agremiação no círculo diretivo, dramatizando conquistas e fracassos, colocando grupos em disputa em torno de "ideias de presente" e "projetos de futuro" sobre o clube, periodicamente.

O entendimento da fluidez e não fixidez das *identidades* é oportuna para abordarmos a ideia de *narrativa de si*. Em síntese, entende-se como o indivíduo/grupo se enxerga, e como se apresenta no *palco social*. Consideramos a *narrativa de si* não como uma *identidade* acabada, pois as *identidades*, como um processo dinâmico, estarão sempre expostas ao que chamamos *polifonia configuracional*: elas dialogam, são criticadas, interagem - inclusive são por vezes confrontadas com "contra narrativas" de outros atores (dentro ou fora da sua própria comunidade) – podendo, enfim, se consagrar de uma forma mais consistente no cenário social (mas não de forma definitiva). A consagração das *identidades* pode, dessa forma, ser vista como um *acordo*, não no sentido de que representem sempre uma resultante equitativa e satisfatória entre as partes, mas apenas uma resultante que se consagra. Essa é uma questão, por exemplo, objeto de grande preocupação entre os chamados estudos *pós-coloniais*[12], e estudos *queer*, uma vez que esses estudos procuram dar luz às *narrativas de si,* ou *sentimentos identitários*, considerados invisibilizados (ou renegados) por uma dada *heteronormatividade* (ou um *ocidentalismo*) cultural e identitária muito bem estabelecida e consagrada historicamente na sociedade. Considerando esta ressalva, reforçamos o fato de que *as identidades* precisam ser vistas de forma *configuracional,* porque acontecem em um cenário de disputas, de discursos provenientes de *lugares* sociais diferenciados: os indivíduos afirmam a si simultaneamente a uma leitura justaposta da realidade, a qual pretende demarcar/expressar alteridades, fronteiras simbólicas, disputas de poder e diferenças. As *identidades* seriam, então, um processo social contínuo de interação, aceitações, conflitos, (res) sentimentos e sínteses. D´adesky sintetizaria muito bem essa ideia, afirmando que nenhuma identidade é construída no isolamento, há a necessidade da interação: a *polifonia* identitária implicaria que as identidades fossem negociadas

[12]Ver Edward Said e Homi Bhabha, duas referências importantes nessa abordagem, além do já referenciado Stuart Hall.

durante a vida toda dos sujeitos por meio de um diálogo, parcialmente exterior, parcialmente interior, com os outros (D´ADESKY, 2001). Nas palavras de Bauman:

> ...identidade é um conceito contestado. É uma palavra que remete a uma batalha, só vem a luz com a batalha. Por isso ela corta para os dois lados. A identidade é uma luta simultânea contra a dissolução e a fragmentação; uma intenção de devorar e ao mesmo tempo uma recusa resoluta a ser devorado (BAUMAN, 2005: 84).

Assim a *identidade social*, pode ser percebida com uma historicidade e como uma expressão em um campo de "batalhas" vencidas e perdidas. Vale destacar que as "batalhas" *polifônicas* as quais está exposta a *identidade* não acontecem somente no exterior dos grupos em relação a outros grupos sociais, mas também internamente em um mesmo grupo ou *comunidade*, como na torcida dos clubes, nas suas diretivas ou entre um grupo de 11 jogadores que os representam. Portanto, as *identidades sociais* de grupos também não poderiam ser vistas de forma acabada, fixa e atemporal. Haveria sempre afirmações e concordâncias, possibilitando o sentimento de pertencimento mais amplo, ou algum elemento de integração social (como o *catalanismo* na *globalização*), mas haveria também (e talvez até mais) negações, narrativas periféricas, discordâncias e contradições. Assim, seria irreal pensar os grupos como entidades tão coesas, a ponto de não haver embates internos sobre o que seria, de fato, o "grupo maior" em ternos de *identidades*. O *catalanismo*, por exemplo que é muito forte na região da Catalunha (e se fortalece mais na *globalização*), tem vertentes da esquerda à direita, convive muitas vezes com a identidade espanhola (em maior ou menor medida, de variadas formas), se constrói de diferentes maneiras nos dois clubes, e inclusive de diferentes maneiras dentro dos clubes (entre diretivos, com identidades crescentemente mais "profissionais" e entre torcedores, que reúnem outras *identidades*). Sendo assim, as *identidades sociais* e os sentimentos de pertença se construiriam e reconstruiriam em determinados contextos históricos, sociais, econômicos, políticos que demarcariam também embates internos, narrativas em disputa e fragmentações na própria composição social do grupo. Consagrar-se-iam em meio a configurações heterogêneas e não seriam definitivas.

No futebol, algumas das *matérias primas* na construção das identidades para o período de *globalização* podem ser representadas pelas *tradições* socioculturais do clube (de matriz étnica, popular, racial, religiosa, econômica, de ideologia política, etc. e mesmo uma combinação entre algumas dessas) geralmente associados historicamente a sua *localidade geográfica* (pois vêm de uma época, ainda, em que o *espaço* mundial era menos *integrado*), a sua composição social nuclear (por exemplo, na grande maioria dos clubes no mundo ocidental, na *globalização*, prevalecem torcedores sendo de proveniência masculina e popular), a sua dimensão econômica e social, e também a uma dada expectativa partilhada de protagonismo esportivo, elementos que poderiam ser sintetizados pelo

termo "*caldo cultural local"* (na globalização as comunidades clubísticas também passam a ser imersas no que poderíamos chamar de "caldo cultural global"). Assim, historicamente, os clubes (e o próprio futebol, tal como as festas populares, tribos urbanas, religiões ou subculturas de diversos tipos) evidenciam-se como *fatos sociais*, universos simbólicos que catalisam fenômenos sociais e históricos mais amplos, e representam *tradições* identitárias associadas a um nível regional (nacional ou global). A *heterogeneidade* de uma comunidade clubística, por sua vez, poderia ser vista pelos inúmeros subgrupos que a conformam, como por exemplo: dirigentes, jogadores, torcedores-sócios, torcedores organizados ou comuns, simpatizantes, *consumidores*, entre outras segmentações possíveis, que não raro tem *narrativas de si* diferenciadas sobre o que é (ou deve ser) o clube (em termos de *identidades*), e por vezes se confrontam. Tal questão foi recorrente, por exemplo, nos relatos mnêmicos que obtive os entrevistados, pois refletiam, de formas múltiplas, a sua relação e proximidade com clube, disparidades geracionais ou ainda *lugares* sociais divergentes, entre outros.

Conforme destacado, o *universo contextual* (ou *configuracional*) evidencia as *comunidades* (e as *comunidades* clubísticas) como um *fato social* e, assim sendo interage e funciona como fonte de *matéria prima* para construções identitárias. Destaca-se que esse *universo contextual* estaria se "alargando", promovendo intercâmbio, e se alterando por conta da própria *globalização*, o que impactaria nas *identidades* em geral. Nessa perspectiva, dois reflexos identitários já influenciados por um *contexto global* que se perceberão nos clubes estudados, serão as demandas crescentes neles por mais profissionalismo na gestão, tal como na ascensão de relações *consumistas* entre torcedores e as agremiações, não necessariamente sempre conflitantes com as *tradições* nas entidades. Assim, a referência à *globalização* é fundamental para o entendimento das *identidades* no recorte, pois é a partir desta *configuração* e seus movimentos de transformação *tempo* e *espaço* que as identidades emergem (e se transformam, neste momento) como fenômeno social, dentro e fora do esporte. Além disso, a *globalização* também repercute na própria *configuração* esportiva, e isto vai (da mesma forma) por outro lado novamente impactar nas *identidades* dentro do desporto, já que as *identidades* são moldadas por todas as *configurações* que atravessam. Nesse sentido, cabe aprofundar mais, portanto, que *universo contextual* seria este, que estaria impactando, ou que seria ele mesmo, propriamente a *globalização.*

***Globalização*, integração e interconexões: *reencaixes* em feixes complexos de trocas**

Em 1983, o professor da *Harvard Business School,* Theodore Levitt, publicou um artigo na *Harvard Business Review*, denominado "The Globalization of Markets" que segundo o jornal *The*

New York Times seria um marco para a popularização do termo *globalization*. A expressão, entretanto, já vinha sendo usada em discussões econômicas desde 1981 e haveria notícias do seu emprego, em sentidos diversos, pelo menos desde a década de 1940 (FEDER, 2006). Além disso, a referência ao fenômeno parece ter se estabelecido antes: note-se, por exemplo, que ainda nos inícios de 1960, Marshall Mcluhan já promoveria a ideia de *Global Village* ou *Aldeia Global* (HOBSBAWM, 1995).

Assim, se Levitt não cunhou o termo (e a ideia), acredita-se que tenha consagrado o seu uso acadêmico e a sua conotação. Desde então, uma vasta e heterogênea produção se faria sobre *globalização*, ao que parece convergindo basicamente sobre uma ideia comum: um processo de *integração mundial*. Este processo de *integração* (econômico, social, cultural e político) não foi visto, muitas vezes, como totalizante, linear ou equilibrado entre as partes. Ou seja, constituiu-se problemático o seu entendimento como um movimento *integrativo* com alguma simetria nas diversas áreas da vida humana e social, em uma direção gradual e formativa de uma *comunidade* ou *nação global* coesa. Nesse sentido, cabe inclusive dizer que o tema da *globalização,* enquanto se firmava como um tema acadêmico (e até antes) suscitou várias desconfianças e leituras (por algum tempo) de que se tratava de uma nova fase do *imperialismo* dos "centros capitalistas" (em especial, no pós 2ª guerra, da hegemonia norte-americana) num plano mundial. Isto promoveu trabalhos que frequentemente acabaram limitando as análises *culturais*, dentro da chave "imperialismo" x "resistências" (de imposições ou de trocas sempre desiguais). Paulatinamente, novas leituras (no referido aspecto) se apresentaram paralelas à própria reconfiguração do campo das ciências humanas em torno dos seus paradigmas, no pós-80, trazendo leituras que foram além daquela dicotomia, embora ela também ainda se refaça em novas análises.

No campo das ciências humanas, em particular na história, muitas leituras passaram a identificar a *Terceira Revolução Industrial*, a crise do *Welfare State* e a reconfiguração do capitalismo (iniciada ainda nos pós *2ª Guerra Mundial*, mas que teve uma inflexão notável com a expansão do capital na década de 1970, e efetivamente consolidada com o fim da *Guerra Fria*, com a derrocada socialista) como efetivamente o processo de ruptura que demarca o fenômeno da *globalização*, no último terço do século XX.

Outras leituras passaram a destacar (também) que era o projeto da *modernidade* que estava se esgotando, dando início ao que se passou a chamar de *pós-modernidade* e *descentramento* dos sujeitos (HALL, 2004). Para o sociólogo Anthony Giddens (1991), entretanto, a *globalização* poderia ser vista como um novo ciclo (e não o fim) da própria *modernidade* (para ele, uma experiência europeia por excelência, pós século XV), embora mais radicalizado e universalizado do que antes. Dessa forma, novamente estaria acontecendo uma intensificação de processos já vislumbrados na

modernidade (que dariam origem ao *Estado-nação*, o *mercado* ou as cidades): ou seja, de que núcleos sociais e estruturas comunitárias diversas, comparativamente pequenas e locais (como *tribos*), estariam se integrando em *comunidades* mais amplas e abrangentes, a partir de cisões, separação de suas noções de *tempo* e do *espaço* (previamente vivenciadas como interligadas nas comunidades de origem)[13]. Este reordenamento remeteria a um gradual e *parcial* desligamento do sistema específico e de elementos simbólicos demarcados pela subjetividade local (como, por exemplo, formas monetárias ou do *saber*), para se reconectar num sistema mais amplo, simbolicamente mais objetivo, *espacialmente* mais extensivo e com uma ideia mais abstrata e universal de *tempo*, processo o qual *Giddens* chamaria de *desencaixes*[14] e *reencaixes* da *modernidade*. A transição da *vida rural*, *tradicional* e de relacionamentos mais *pessoais* para a *vida urbana*, *moderna* e de relacionamentos mais *impessoais*, seria um dos grandes exemplos do referido processo. Tal como o mesmo processo, na segunda metade do século XX, estaria irrompendo (portanto) numa escala global, reelaborando-se em um tecido social mais vasto e consolidando uma nova foram de *comunidade global* (GIDDENS, 1991)[15].

Hartmut Rosa (2015; TZIMINADIS, 2017), também considera a *globalização* do último terço do século XX como uma inflexão dentro da própria *modernidade*. Para Rosa, a *modernidade* fora demarcada como um fenômeno de *aceleração social*, que se intensifica com a referida *globalização*, sobretudo pós-1990 (o que chama de *modernidade tardia*)[16]. Por *aceleração social* deve-se entender a percepção de uma crescente escassez tempo pelos indivíduos (mais *conectados* e exercendo cada vez mais *multitarefas*), apesar das facilidades trazidas pelas novas tecnologias. Rosa defende que o mundo *acelerado* exigiria das pessoas cada vez mais uma *prontidão* para entrar em *sincronia* com essa *aceleração* no seu cotidiano (como consumindo mais, ou trabalhando mais), pois isso estaria relacionado com noções de *status*, felicidade e qualidade de vida dos indivíduos. A *aceleração* em si não é vista como o grande problema (e tampouco seria possível se opor a ela

[13]Não deixa também de ser semelhante a análise de Norbert Elias sobre o processo civilizador.

[14]"Por desencaixe me refiro ao "deslocamento" das relações sociais de contextos locais de interação e sua reestruturação através de extensões indefinidas de tempo-espaço" (GIDDENS, 1991:24).

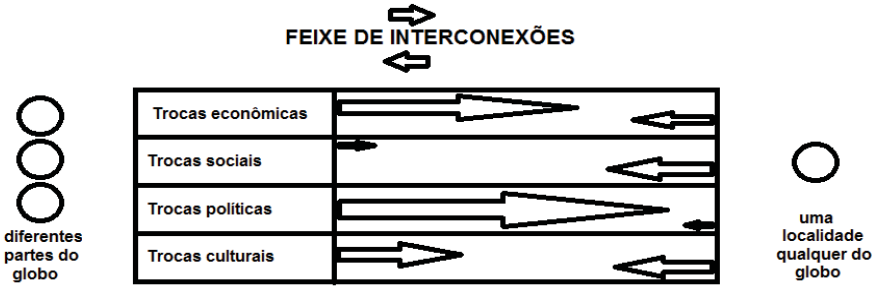
[15]Cumpre notar que a sociedade global vislumbrada por Giddens, se sustentaria ainda pela presença protagonista dos Estados-nação, e (sobretudo) das grandes corporações. Este processo da globalização vista como um novo ciclo da modernidade, no entanto, não apontaria claramente em uma dada direção, o que levaria Giddens descrever esse roteiro como a trajetória de um "carro de Jagrená".

[16]Segundo Rosa "...nos três ondas de aceleração se manifestaram. Uma delas foram as revoluções políticas que levaram à queda do Muro de Berlim e do bloco comunista. A Europa do Leste e a Eurásia possuíam uma temporalidade distinta, e a confrontação entre os blocos funcionava como uma barreira de velocidade. Dessa forma, as revoluções políticas significaram a abertura de uma vastidão de terras e populações à lógica da aceleração. Uma segunda onda teve a ver com a reforma dos mercados financeiros no sentido de desregulação e privatização, o que costumamos chamar de neoliberalismo – o que está relacionado em grande medida com a transformação do modo de produção fordista. E, por fim, obviamente, a revolução digital e o advento da internet." (ROSA Apud TZIMINADIS, 2017: 371).

individualmente), mas sim a *dessincronização* (quando as pessoas, ou o próprio planeta, não tivessem os meios de acompanhar essa *aceleração*). O "motor" da *aceleração social* seria o *capitalismo*, sistema que só se manteria estável (e viável) permanecendo em contínuo crescimento, ou em *aceleração*. Isto significaria a permanente necessidade de *inovações*, e disponibilidade crescente de *energias* (humana, fóssil, psicológica e política), o que colocaria o mundo, com um todo, sob pressão contínua de *dinamização* (pessoas, dinheiro, bens e matérias primas, mantidos em movimento). No pensamento de Rosa, os três pilares da *aceleração social* seriam as contínuas transformações tecnológicas, sociais, e a realimentada disposição dos indivíduos em manter esse sistema funcionando (ver *identidades ethos-trabalho*, adiante).

Considerando essas referências, a *globalização* é vista aqui, portanto, como um movimento dinâmico de *integração mundial,* a partir do último terço do século XX. Entretanto, essa *integração* não teria necessariamente um caráter sempre positivo em sua resultante geral. Tampouco se trata um processo *unilinear unidirecional* (ou de *trocas* sempre *desiguais*), mas sim de *trocas* diversas que percorrem um complexo *feixe* entre os indivíduos, ou entre as localidades e qualquer outra parte do globo/ou condições globais. Este *feixe* não é, de modo algum, caracterizado pela mesma intensidade de fluxos e simetrias das *interconexões* por toda a extensão das suas linhas[17]. Uma possível abstração imagética sobre este conceito seria:

Figura 1 - *Globalização*: *integração* por um feixe de *interconexões* e *reencaixes*



Fonte: elaboração própria.

[17]As "linhas" poderiam ser vistas como relacionadas às diversas áreas da vida humana como aspectos econômicos, sociais, políticos, culturais, etc.

A *globalização* na experiência: metamorfoses

Em meados 1971, o presidente estado-unidense Richard Nixon aparecia em um canal de TV estadunidense declarando o fim do modelo paridade dólar-ouro, pelos Estados Unidos[18]. A medida promoveria a liberação dos controles cambiais sobre a moeda e tal política se replicaria rapidamente em outras economias desenvolvidas do mundo, que seguiam aquele mesmo modelo. Na prática, isto gerou novos e massivos fluxos de capital, que foram direcionados para novas oportunidades de investimento no mercado mundial, para além de fronteiras nacionais, como por exemplo, através de bancos ou companhias petrolíferas transnacionais (SEVCENKO, 2001). O fim da paridade dólar-ouro pode ser visto, portanto, como um marco de *desencaixe* dentro da história da *globalização*, sendo um dos elementos protagonistas na reorganização do capitalismo em moldes mais globais, estimulando muito a difusão do capital produtivo e financeiro globalmente, fomentando a ascensão de empresas transnacionais, muitas delas se tornando paulatinamente corporações mais poderosas financeiramente que muitos governos, e por vezes formando cartéis mundiais. Ainda nessa direção, vale notar também que nas quase três décadas do pós-guerra (os *golden years*) a economia norte-americana, de países europeus ocidentais e do Japão, cresceram a taxas consideráveis, o que por outro lado permitiu grupos empresariais dessas regiões a acumular também uma quantidade de capital essencial para expansão mundial, pós 1970. Esse movimento vai contribuir muito para o distanciamento dos governos, da Europa ocidental, nos subsídios ao campo esportivo europeus, tal como na ascensão de modelos mais profissionais, mercantilistas e pautados pelo *consumo* nos clubes.

Nesse cenário uma nova fase na divisão internacional do trabalho, na produção de mercadorias através de cadeias globais, e processos terceirizados (ou ainda associações e fusões) locais, tal como na própria distribuição de bens e serviços em escala mundial, se constituiria. Neste caso, por meio da expansão de marcas ou franquias de matriz mundial, entregues em sedes locais. Muitas fábricas, ou partes delas, mudariam para regiões exteriores, em busca das chamadas *vantagens comparativas* para produção: mão-de-obra mais barata, localização mais próxima de matérias-primas/mercado consumidor, leis ambientais mais brandas, menos impostos e obrigações, disponibilidade de energia barata, etc. Isto *mundializou* os *fatores de produção*, e empurrou os governos a fornecerem vantagens para atrair empresas, o que muitas vezes significava ir na contramão de políticas para uma maior arrecadação de impostos (por parte dos Estados) ou contribuíam na

[18]Este sistema (em que a conversibilidade do dólar para o ouro era garantida pelo governo) fora adotado em 1944 nos chamados acordos de Bretton Woods, que reunira 45 países nos momentos finais da 2ª guerra mundial, e que pretendiam reorganizar o capitalismo mundial no pós-guerra.

direção do afrouxamento de leis trabalhistas.

Em 1975 havia cerca de 13 mil empresas transnacionais no mundo (MICKLETWAITH & WOOLDRIDG, 2010), em 2016 elas seriam estimadas em 60 mil (fatiadas em 500 mil filiais, espalhadas), empregando cerca de 4% da mão de obra em países desenvolvidos e 12% em países em desenvolvimento (KORDOS & VOJTOVIC, 2016). Ao que tudo indica, elas foram muito importantes para consolidar o inglês (já, de certa forma, disseminado pelo mundo desde o Império britânico) como idioma universal (já que, inicialmente, boa parte das empresas tinham sede e capitais estado-unidenses)[19]. Uma reportagem em uma revista de negócios brasileira, em 2016 (NOGUEIRA, 2016), revelava existir uma maioria de países emergentes entre os nove mais cobiçados pelas multinacionais para instalar suas fábricas, ou parte delas (como Brasil, Rússia, Indonésia, Índia e Argentina). Outra matéria, ainda em 2010 na mesma revista (MICKLETWAITH & WOOLDRIDG, 2010), afirmava que, desde 1995, a configuração das 100 principais multinacionais no mundo se alterara: não tinham origem mais apenas nas economias centrais. Até que ponto esse tipo de "virada" revela uma *integração* efetivamente mais equilibrada, disseminada e representando avanços humanos numa economia global sustentável, parece-nos importante sempre problematizar.

As novas tecnologias, além de sofisticarem e integrarem muito mais o sistema financeiro mundialmente, também permitiram a flexibilização e a otimização da produção voltada para atendimento de padrões diferentes de consumo. Ainda, repercutiram na chamada *cultura corporativa*: fomentaram modelos mais *intensivos* de trabalho (pois procuravam reduzir o "tempo morto" ou a "porosidade" do trabalho ao máximo), como o *toyotismo ou* aqueles orientados pelos chamados "programas de gerenciamento para qualidade total". Inspiraram também, o ideal do empreendedorismo e da criatividade contínuos, simbolizado de forma emblemática pelo chamado *Vale do Silício*[20]*,* nos Estados Unidos. Provocaram, ainda, impositivos permanentes de melhores qualificações para o mercado de trabalho, pois os trabalhos menos complexos foram paulatinamente cobertos mais satisfatoriamente, e com menos custos, pela automação (ver *identidade ethos-trabalho*,

[19]Uma empresa global de idiomas, o *duolingo*, afirmaria que o inglês era em 2016 o idioma mais estudado no mundo, com 116 países, seguido pelo francês (36 países) e o castelhano (32 países). Mas encontrou-se também afirmações que as três línguas mais faladas no mundo eram formas do chinês (e seus dialetos), o espanhol e só então o inglês, mas neste caso em termos absolutos (DUOLINGO, 2016).

[20]Trata-se de uma região localizada no sul da Califórnia, que ascenderia como polo de inovação inicialmente a partir de altos investimentos do governo estado-unidense, em meados do século XX, muito impulsionado pelo contexto da Guerra Fria e em associação com a Universidade de Stanford. Paulatinamente, com mais incentivos fiscais, passaria a atrair várias empresas e sedes de multinacionais de todas as partes do mundo, justamente no contexto da 3a revolução industrial e da globalização pós segunda guerra, dando outro salto simbólico (demarcando o boom do setor das novas tecnologias e da internet), agora como o maior centro de inovação do mundo, inaugurando ideias como as startups ou os unicórnios. O Vale do Silício abrigaria ou daria origem a transnacionais como Hitachi, Dell, Intel, Facebook, Twitter, Linkedin, HP, Google, Apple, Ericson, Microsoft, Mitsubishi, Oracle, Nokia, Mozilla, Siemens, Sony, NASA, Synmatec, Tesla, Whatsapp, Yahoo, IBM, Adobe, Ebay, Toshiba, Netflix, Uber, Nubank, Airbnb entre outras.

no decorrer da tese). Aqui, tal fato promoveria (pós 1970) uma fase de desemprego estrutural com uma massa de indivíduos que não "retornava" ao mercado de trabalho, precisando do suporte das previdências (nas economias centrais), e muitos outros (nas economias periféricas) migrando para subempregos (HOBSBAWM, 1995) num cenário mundial crescentemente mais urbano e do crescimento do chamado *setor de serviços.* O aumento da taxa de desemprego estrutural na Europa (na segunda metade do XX) entre os jovens, por exemplo, pode ser visto como um dos fatores protagonistas relacionado a ascensão de culturas urbanas diversas, que vão relacionar-se a um mosaico extremamente complexo de *identidades* torcedoras, nos dois clubes de Barcelona, e que vão do *extremismo* de direita ao *antifascismo*, passando também por identidades *consumistas*.

Ainda na década de 1970, as chamadas *crises do petróleo* (primeiro em 1973, e depois em 1979), e outros abalos do capitalismo mundial, evidenciariam que a *integração mundial* já era tão profunda em dados aspectos, que (aqueles sismos) seriam capaz de afetar economicamente boa parte do planeta (HOBSBAWM, 1995)[21]. As referidas crises aconteciam numa reconfiguração política do próprio Oriente Médio[22], e sugerem que seria o petróleo o "novo lastro" do dólar, pois a *comoditty* passou a ser negociada com a preeminência daquela moeda, garantida também pelo poder militar estado-unidense e sua influência na região.

Do ponto de vista da *globalização* econômica, ainda, outras metamorfoses importantes se desenvolveriam, combinadas ou paralelas aos mencionados anteriormente. Entre elas certamente se destacam as chamadas crises do *Estado do Bem Estar social*[23], associadas a *grande crise econômica* (da década de 1970) nos países avançados, esta última a primeira crise desde o fim da 2ª guerra mundial (ANDERSON, 1995). Foi diante desse cenário conturbado que ganharam protagonismo, correntes econômicas[24] assentadas em ideários do *Estado mínimo*, privatizações e políticas de austeridade, e que ficariam conhecidas pelo termo de *neoliberais*. Consideravam os gurus desse pensamento, que a *crise* era fruto de políticas intervencionistas de base *keynesiana* (disseminadas após a crise de 1929), e que haveria uma melhor competência do mercado na alocação dos recursos, somado ao imperativo da "redução do Estado".

---

[21]As crises do petróleo, baseadas em altas sucessivas e combinadas de preços do petróleo por países produtores organizados na OPEP, também direcionou somas consideráveis em dinheiro àqueles países, e daí redistribuída mundialmente pelo sistema bancário internacional por meio de empréstimos (HOBSBAWM, 1995).

[22]Como a guerra do Yom Kippur, ou a Revolução Iraniana.

[23]Europa ocidental, América do Norte e Oceania.

[24]Note-se que em 1974 Friederich von Hayek seria premiado com o recém lançado Prêmio Nobel de Economia, e em 1976 seria a vez de Milton Friedman receber o prêmio, duas figuras reconhecidíssimas como ultraliberais. (HOBSBAWM, 1995). Hayek havia lançado ainda em 1944 a obra Caminho da Servidão, que seria pioneira do ideário neoliberal, e desde fins da década de 1940 liderava um grupo de encontro, A sociedade de Mont Pelérin, que idealizava e se preparava para a fase de um capitalismo mais duro e "livre" (ANDERSON, 1995).

O *neoliberalismo* ascenderia efetivamente com Margaret Thatcher (1979-90) na Inglaterra e Ronald Reagan (1981-89) nos Estados Unidos, embora se possa considerar como a grande experiência pioneira o Chile autoritário de Augusto Pinochet (1973-90), com apoio estado-unidense. Logo se espalhariam pelas economias desenvolvidas[25], com poucas exceções[26], ainda num contexto de (segunda) *guerra fria*, aplicadas inclusive por governos que se autodeclaravam progressistas do sul da Europa[27] (ANDERSON, 1995).

Banco Mundial e *FMI* (instituições transnacionais criadas logo após o fim da 2ª guerra mundial) exerceriam papel fundamental para que estes mesmos modelos de ideário *neoliberal* se disseminassem em países de economias mais frágeis na década de 1980, e países do antigo bloco soviético, após 1989 (estes com dificuldades de integração com o mundo capitalista): nos dois casos geralmente Estados profundamente endividados e que pouco atraíam investidores do crescente "mercado mundial". As reformas solicitadas[28], que convergiam para o alinhamento com propostas de *Estado mínimo,* austeridade, abertura ao capital estrangeiro e restrição das barreiras alfandegárias (como, por exemplo, através do chamado *Consenso de Washington* de fins de 1980)*,* eram colocadas como contrapartida para concessões de empréstimos a esses países, embora propostas surgidas no interior deles, na mesma direção, também tenham sido comuns[29] (HOBSBAWM, 1995). Estas políticas também passariam a contribuir para um maior afluxo e circulação de capitais no âmbito mundial, tal como em novas oportunidades globais de empreendimento em áreas anteriormente cobertas pelo Estado ou protegidas em nome da soberania deles (ou subsidiadas por eles indiretamente, por leniência com dívidas ao governo, como o futebol), em setores considerados anteriormente estratégicos, embora diferentes graus de protecionismo continuassem presentes em diferentes países, como nos Estados Unidos, por exemplo.

Segundo Hobsbawm (1995), o receituário *neoliberal* surgiu e se disseminou mais como um remédio para uma *crise* mundial do capitalismo, mas sem dar muitas garantias do seu funcionamento

[25]Como o governo do chanceler Helmut Kohl (1982-98) na Alemanha, ou do primeiro-ministro Poul Schlüter (1982-96) na Dinamarca.
[26]Como Suécia ou Áustria na Europa, ou o Japão na Ásia. Mas estes países, na década de 1990, também adentrariam a "corrente" neoliberal.
[27]Como os chamados governos euro-socialistas de François Miterrand (1981-95), na França; Felipe González (1982-96), na Espanha; Mário Soares (1986-96), em Portugal; Bettino Craxi (1983-87), na Itália, ou de Andréas Papandréou (1981-89/1993-96) na Grécia. E na Oceania, governos trabalhistas da Nova Zelândia e Austrália, no mesmo período.
[28]Segundo Hobsbawm (1995), desde a década de 1970 o Banco Mundial e o FMI, influenciados pelos Estados Unidos, vinham promovendo políticas de livre mercado, livre comércio e empresa privada.
[29]A virada em direção ao neoliberalismo, chegaria nos antigos Estados socialistas nos inícios de 1990, algumas vezes em projetos extremamente apressados e de consequências pouco estudadas e previstas. No continente latino americano, seria demarcado pelos governos de Victor Paz Estenssoro (1985-89) na Bolívia, Carlos Salinas (1988-94) no México, Carlos Menem (1989-99) na Argentina, de Carlos Andrés Perez (1989-93) na Venezuela, Alberto Fujimori (1990-00) no Peru, e Fernando Collor (1990-92) no Brasil. Interessante notar que os inícios do século XXI, vários governos da América Latina adentrariam a uma onda de esquerda e refratária ao neoliberalismo, elegendo candidatos do campo progressista.

e que muitas vezes foi aplicado contraditoriamente, com os governos autodeclarados *neoliberais*, de países centrais, ainda muito se utilizando de mecanismos de gestão e orientação da economia. O caso estado-unidense, por exemplo, foi um misto *neoliberal* e *keynesiano*, com um alto endividamento do Estado em uma política militarista (ANDERSON, 1995) que ficaria conhecida como "Guerra nas Estrelas", e posteriormente a economia americana se notabilizaria por diversas formas de intervenção no mercado, como nos "socorros" bilionários aos bancos (O GLOBO, 2014) na chamada *crise de 2008*, que tomaria proporções mundiais e efeitos comparáveis à *crise de 1929*[30], e até mesmo nas guerras e intervenções militares que participou.

De qualquer modo, a economia pós 1970 teve crescimento econômico nos países centrais capitalistas, mas num ritmo menor que o pós 2ª guerra, e com a ascensão e protagonismo do chamado *capital especulativo*. Além disso, houve um forte aumento na desigualdade entre as classes (dentro dos países, mas também entre os países), desemprego e ressurgimento da miséria nos países ricos (embora a pobreza extrema, de modo geral diminuísse), além do já citado profundo endividamento e empobrecimento nos países periféricos (HOBSBAWM, 2007)[31]. Em um panorama mundial, houve uma classe de pessoas que se beneficiaram muito daquela forma de *globalização.* Houve também contextos de crescimento (como nos chamados países emergentes, nos inícios do XXI), mas (por outro lado) um grupo muito grande (sobretudo em países periféricos) de desajustados à conjuntura (em Estados cada vez mais enfraquecidos para promover políticas de inclusão), tem sentido seus efeitos de forma muito agressiva. Figurando estes, assim, cada vez mais como mão de obra (de baixa qualificação) *desencaixada* da competitividade, num mercado global de vastas opções para empresas crescentemente mais sofisticadas em seus processos produtivos globais. Cumpre notar que a maior parte do capital humano qualificado (e acrescenta-se a tecnologia de ponta) continuou concentrada nas economias europeias centrais, na América do Norte, Oceania, além de alguns países da Ásia como Japão e Coréia do Sul, apesar de algum crescimento nas regiões marginais globo (HOBSBAWM, 2007).

No caso do modelo socialista da URSS, países satélites, e a inserção deles nessa nova ordem[32], a *globalização* provocaria um processo em geral negativo, numa onda inicial de

[30]Hobsbawm (2007), afirmaria que comparado ao Reino Unido de fins do XIX e inícios do XX, os Estados Unidos seriam muito mais um Império econômico-militar do que um Império comercial.

[31]Nesse contexto (e pelos resultados que apresentou de forma geral) é muito difícil acreditar que o modelo neoliberal traga as respostas necessárias para uma sociedade global que se queira sustentável, e que (para tanto) crescentemente demanda mais distribuição de riqueza do que do seu crescimento, e para tal (pela experiência histórica) necessitaria de um maior protagonismo das autoridades públicas, no plano global, considerada a ausência de um modelo alternativo que obrigue o capitalismo a se reformar. Sobre a questão ver ainda PIKETTY, Thomas no livro "O Capital no Século XXI".

[32]Permaneceriam socialistas, após 1991, Cuba, Coréia do Norte, Vietnã e China, que na verdade já reorientava o seu socialismo para uma espécie de capitalismo de Estado, desde a década de 1970, muito embora as bases do socialismo

desindustrialização e empobrecimento a partir da década de 1990 (HOBSBAWM, 2007). Na África subsaariana teria sido ainda pior. Nesta parte do globo, com as menores taxas de IDH e de urbanização mundial (e de sociedades profundamente desorganizadas pela fome, epidemias, crises políticas e guerras), as economias tenderiam a *integrar-se* à *globalização* de forma muito precária e restrita: geralmente apenas como fornecedoras de produtos primários (como o petróleo e outras *commodities*), ou até mesmo como um atrativo mercado comprador de armas, devido às várias guerras internas. Em termos de indicadores como IDH e GINI (desigualdades de renda interna) o perfil mundial não parece ter sofrido grandes metamorfoses (embora uma sensível melhora[33]), sugerindo que os países avançados do norte, mais Japão e Austrália (e alguns outros da Ásia que ascendem) teriam se beneficiado mais dos *reencaixes* da *globalização* pós 1970. Não parece incorreta a ideia de que a desigualdade entre os países (e dentro deles) possa pautar uma nova divisão de classes no âmbito mundial, ou mesmo refazer a relação centro-periferia em termos econômicos.

Por outro lado, a China, Japão (que depois declinaria, embora se mantendo numa posição protagonista) e outros países do sul e sudeste asiático (os chamados *tigres asiáticos*), apresentariam impressionantes números de crescimento econômico, evidenciando que se *encaixavam* muito bem (e no caso da China, à sua maneira), aos novos moldes dos mercados mundializados. Pode-se afirmar, inclusive, que o "centro" da *globalização* deslocou-se, no período, da América do Norte para a China[34], embora Estados Unidos (cuja economia interna, e o complexo econômico militar, continuariam jogando papel fundamental na sua posição) e países da União Europeia, mas também o próprio Japão, permanecessem ainda como *players* com protagonismo no processo. Vale destacar, ainda, que no caso dos *tigres asiáticos* (ascendentes no período), eram os que menos tinham adotado as estratégias neoliberais até meados de 1990[35], enquanto na Oceania, Austrália e Nova Zelândia tenham-nas incorporado enfaticamente, no período (ANDERSON, 1995).

---

chinês sempre foram mais nacionalistas e muito peculiares (HOBSBAWM, 1995). A URSS daria sinais de esgotamento desde a década de 1970, o que foi potenciado pela crise econômica global nas décadas de crise (pós 1970), sucumbindo e se desfazendo o bloco em vários países menores oficialmente em 1991, apesar das tentativas de reformas na década de 1980.

[33]Embora uma pequena melhora geral nesses indicadores, não se aproxima de estabelecer equilíbrios estruturais em termos de sustentabilidade do sistema.

[34]Se tornou o 2o maior PIB mundial, a economia que mais cresceu, e que mais erradicou a miséria, apesar de ainda nos inícios do XXI contar com um dos maiores contingentes de miseráveis no mundo (ESTADAO, 2009).

[35]Embora no caso da Coréia do Sul, por exemplo, houve políticas de afrouxamento de leis trabalhistas levadas à cabo a partir de um período ditatorial, até fins da década de 1980. Outro ponto a destacar é que um pólo difusor para desenvolver as economias na Ásia se deu a partir do Japão, com investimentos estado-unidenses, estratégia depois utilizada na Coréia do Sul e Taiwan. Hong Kong, por sua vez, era uma região de domínio britânico até 1997.

Metamorfoses *tecnológicas* e na *mobilidade*

Outra metamorfose profunda se daria no âmbito *da tecnologia,* a chamada *3ª revolução industrial*, que poderia ser desdobrada nas *revoluções midiática* e *comunicacional*. Esta transformação ocorria paralela à expansão das Universidades e das carreiras científicas, pós 1970, com protagonismo no mundo ocidental (com destaque para as Universidades norte-americanas, que passariam a atrair "cérebros" de todo mundo), promovidas em grande medida por financiamento público (HOBSBAWM, 1995). Essa metamorfose impactaria na produção industrial, na saúde, na vida doméstica, política e cotidiana do indivíduo comum de várias formas, ajudando a moldar também o que se chamaria "sociedade de consumo", permitindo (ainda) o encurtamento das distâncias entre os indivíduos (como por inovações no campo das telecomunicações, das mídias, dos aparelhos de comunicação, como os telefones celulares e *smartphones*, além dos transportes). Foi também em meio a esse movimento que muitas TVs públicas europeias (como a RAI na Itália, a BBC na Inglaterra ou a Fránce Télévision na França), pensadas como veículos de exercício da cidadania, passariam (paulatinamente) a disputar espaço com redes privadas e suas novas possibilidades comerciais (como as TVs comerciais abertas, as TVs por assinatura ou o *pay per view*), com a onda da privatização de canais de tv, a partir da década de 1980, paralelamente à ascensão da internet, da transmissão via satélite, e mais recentemente da TV digital. Essa integração e metamorfose tecnológica seriam essenciais para ascensão de clubes globais no futebol, como por exemplo o *FC Barcelona*.

Entretanto, essas formas de *conectividade* desenvolveram-se de forma bem irregular entre os países, e o acesso da população a elas parecia estar diretamente ligado a capacidade de riqueza das sociedades e dos indivíduos[36]. Além disso, não parece plausível imaginar que por toda parte do mundo

[36] Em 1995, apenas 12% da população mundial tinha acesso a telefonia, sendo que a média nos países do G-7 (as mais altas) eram de pouco mais da metade da população (GERMAN, 2000). Na China, por exemplo, estes acessos não chegavam a 3 de cada 100 pessoas, nesta época. É possível que muitas das novas tecnologias tenham permanecido mais circunscritas a determinadas parcelas da população e dentro dos países. Mas houve certa reviravolta neste aspecto (PINGDOM, 2010) e não só a China passaria a ter o maior número de pessoas conectadas na rede (termos absolutos), como a África chegaria a 10% de sua população no mundo virtual, em 2010 Por outro lado, é preciso destacar que alguns países passaram a regular o conteúdo nas diversas tecnologias (nas mídias tradicionais e internet) e outros até restringi-las, como na China, Coréia do Norte, Arábia Saudita ou Irã. Além disso, não parece plausível imaginar que por toda parte do mundo houvesse a mesma infra-estrutura necessária para receber essas tecnologias. Na internet, em 1998, registrava-se que apenas 1,7% (pouco mais de 100 milhões de pessoas) da população do planeta estava e condições "online" (a imensa maioria na Europa e Estados Unidos), mas esses números teriam se alterado radicalmente em pouco mais de uma década, e o cenário mundial de conectividade se tornado menos assimétrico. Assim, em 2009, pouco mais de 25% da população mundial (cerca de 1,8 bilhões de pessoas) já tinha acesso à internet, sendo que na Europa, o nível de acesso atingia em média 52% da população, na Oceania cerca de 60,% e na América do Norte quase 75%, enquanto que a média na América Latina seria de mais ou menos 30%. O acesso tinha crescido mais justamente nos continentes ou regiões continentais mais pobres: África, América Latina, Oriente Médio e Ásia, nessa ordem. Na África, por exemplo o crescimento entre 2000-2010 seria de cerca de 4,5 para 110,9 milhões de pessoas (de 0,5% para 10% da população) e na Ásia de 114, 3 para 825,1 milhões, no mesmo período (mais ou menos de 3% para 20% da população). Na China quase 1/3 (420 milhões) da população estava nas redes em 2010, contra cerca de 1% a 3% em 2000. Quantitativamente, entre

houvesse a mesma infra-estrutura necessária para receber essas tecnologias. Cumpre destacar, finalmente, que foi nessa mesma onda de metamorfoses científicas, que o tema do *ambientalismo* e das *identidades* efetivamente ganham protagonismo acadêmico e político[37].

Do ponto de vista da *mobilidade humana*, as transformações também seriam notáveis[38]. No entanto, o padrão das disparidades continentais (e provavelmente regionais) também pareciam se repetir[39]. As maiores possibilidades de *mobilidade* também contribuíram para os deslocamentos transnacionais, migratórios ou não, promovendo cidades cosmopolitas espécies de "capitais mundiais" (como Londres, Nova Iorque, Tóquio ou Abu Dhabi), e este seria também o caso da cidade de Barcelona, no período. Mais pessoas se moveriam, assim, pelo mundo temporariamente e definitivamente[40], mas em fluxos de destinos muito mais frequentes que outros. Esse fluxo aconteceu dentro dos países e entre os países, geralmente para áreas mais urbanizadas e para os países/áreas

os dez países com mais usuários de internet, em 2010, figuravam Brasil, Rússia, China, India e Nigéria. Em fins de 2018 calculava se que cerca de 50% da população mundial tinha acesso à internet, mas de formas desiguais: seriam 24,4% na África, 76,6% na Europa, 69,6% nas Américas, 54,7% em países árabes e cerca de 47% na Ásia e regiões do Pacífico (G1 GLOBO, 2018).

[37]Em 1973 dois químicos descobririam e chamariam a atenção para os efeitos ambientais devastadores que o modelo da industrialização em massa estava promovendo na atmosfera da Terra (HOBSBAWM, 1995), e que daí demarcaria ascensão do tema da ecologia aos debates políticos. No campo das ciências humanas, o feminino começou a ser problematizado como uma categoria mais cultural do que biológica, dando suporte crítico e intelectual mais refinado para a efetiva ascensão dos movimentos feministas, potenciado pela onda pós-colonial na África e Ásia, e pelos movimentos jovens ainda da década de 1960, no ocidente. É também nessa conjuntura que a categoria da identidade ganha mais espaço e crescentemente é discutida (e sofisticada) no campo das ciências humanas, como (por exemplo) com os chamados Estudos Culturais nos Estados Unidos e no Reino Unido.

[38]A partir da segunda metade do século XX, as viagens internacionais de avião (antes experiência mais ou menos restrita às classes mais abastadas), paulatinamente se tornariam mais acessíveis (e um pouco mais seguras). Tinha-se que ao final do século cerca de 2,6 bilhões de pessoas foram transportadas, aquele ano, no mundo (HOBSBAWM, 2007). Em 2015 se registrariam cerca de 3,5 bilhões de passageiros transportados (ICAO, 2016). Foi esse cenário, inclusive, que presenciou (desde 1980) o surgimento e ascensão das chamadas empresas low cost, na América do Norte e na Europa, que propunham voos mais baratos, com base na otimização da quantidade de passageiros e na redução de serviços ofertados, o que contribuiu muito para a difusão e popularização da viagem aérea

[39]Um relatório de 2010 revelava que entre os 30 aeroportos do mundo com mais tráfego de passageiros, 21 estavam nos Estados Unidos, Europa e Austrália (o restante estava na Ásia, com destaque para a China) , sendo que o tráfego aéreo na África representava em 2009, 2,3% do total mundial (era 3% em 1978), embora tivesse pouco mais que triplicado seu volume absoluto (MAGALHÃES, 2018) . Mesmo com todo esse crescimento, estimava-se (em 2015) que não mais do que 5% da população mundial já havia tido a experiência de voar. Nas malhas fluvial e ferroviária, embora mais acessíveis e disseminadas, este mesmo cenário (de crescimento, mas disparidades) parecia reiterar-se. No caso das ferrovias, destaque para a ascensão dos trens de alta velocidade em cidades de países desenvolvidos, e a difusão malhas densas e complexas de transporte urbano (como o metrô, uma invenção londrina ainda de meados do XIX). No âmbito dos veículos motores (não necessariamente carros, pois em algumas economias avançadas o destaque foi para diferentes formas de transporte público), os padrões eram similares (e nos oferecem também um panorama sobre mobilidade urbana), pois um relatório do Banco Mundial (no final da primeira década do XXI) afirmava que eram nas economias centrais da Europa, Austrália, Japão e América do Norte que estavam os maiores índices. Por outro lado, na esteira de políticas ambientais e do ideal da sustentabilidade (mas também da própria mobilidade), os inícios do século XXI haveria uma inflexão no uso das bicicletas em algumas cidades pelo mundo, com destaque naquelas justamente de economias avançadas como Copenhagen ou Amsterdam

[40]O número de países que permitem dupla nacionalidade dobrou de 1995 a 2004, quando chegou a 93 Estados (HOBSBAWM, 2007).

mais desenvolvidas economicamente[41]. Já no caso do turismo, esse tipo de mobilidade mais do que dobrou entre 1980 e 2000 (cerca de 300 milhões para 700 milhões de pessoas), e o continente europeu concentrou as preferências, com pelo menos o dobro do resto do mundo em 1980, e mais ou menos 60 % em 2000[42]. Barcelona, em 2013, alcançaria o posto de 10ª urbe mais visitada do mundo, com quase 8,5 milhões de pessoas passando pelo menos uma noite na Cidade Condal[43] no ano, sendo que a população residente não ultrapassaria 1,5 milhões de pessoas, nessa época. Este não seria um fenômeno único em Barcelona: Veneza, por exemplo, teria em 2017 uma população circulante anual (turística) de 30 milhões, e uma população fixa de 50 mil apenas. Por essa época, essa onda massiva de turistas começaria a provocar preocupações dos governos locais (conservação do patrimônio) e reações hostis aos turistas, denominadas "turismofobia" (CAMPOAMOR, 2017).

No que diz respeito aos outros fluxos transnacionais de migrantes (nem sempre definitivos), este se caracterizou muito mais como de pessoas saindo de países mais pobres em direção aos países mais ricos (ou pelo menos das periferias para os centros regionais e continentais), em uma parte considerável dos casos. Pessoas motivadas por melhores condições de vidas (sobretudo pela busca de trabalho), e que acabavam ocupações secundárias, ocupações dispensadas muitas vezes pelos locais. Os destinos de destaque seriam para a Austrália, os EUA, o Canadá e a Europa ocidental, e no Oriente médio houve casos em que a maioria da população passou a ser de imigrantes[44]. Esses movimentos

[41]No caso interno, em 1950 (por exemplo) calculava-se que 26% da população vivia em cidades, e em meados da primeira década de XXI, metade (ou mais) da população mundial vivia em urbes (circundadas por vastas ofertas de mercadorias, serviços e entretenimentos), e as taxas mais altas de urbanização eram nas economias mais avançadas que podiam ultrapassar 80% (HOBSBAWM, 2007). As cidades atingiram cifras populacionais medida na casa de milhões de pessoas. Entretanto, se em 1970 das 10 (dez) maiores cidades do mundo 7 (sete) eram de economias avançadas, em 2015 seriam 8 (oito) de países pobres. Isto revelaria que a *urbanização* também acontecera em países pobres, na *globalização*, mas de forma desordenada, mais acelerada e não necessariamente tão integrada: com pouca infra-estrutura, de mobilidade pouco desenvolvida, formando núcleos citadinos inchados, com moradias precárias, elevados índices de desemprego, violência urbana e economia informal.

[42]Nesse intervalo, as Américas perderiam espaço para a Ásia como segunda posição de local mais visitado, enquanto a África e Oriente Médio teriam algum acréscimo em sua escassa procura. Em 1999, o maior emissor de turistas eram os Estados Unidos, e a França o maior receptor (números próximos a 10%, nos dois casos), mas entre os emissores, países menos avançados pareciam ter um pouco mais espaço (no somatório absoluto) dentro do quadro geral.

[43]As 10 primeiras seriam: Bangkok, com 15,9 milhões, Londres, com 15,96 milhões; París, com 13,92 milhões; Cingapura, com 11,75 milhões; Nova Iorque, com 11,52 milhões; Istambul, com 10,3 milhões; Dubai, com 9,89 milhões; Kuala Lumpur, com 9,20 milhões; Hong Kong, com 8,72 milhões, e Barcelona, com más de 8,4 milhões (LA VANGUARDIA, 2017).

[44] No caso da América do Norte e da Oceania, estes teriam recebido, de 1974 a 1998, 22 milhões de imigrantes de toda parte do mundo, e entre 1998-2001, cerca de 3,6 milhões (HOBSBAWM, 2007). Nos mesmos períodos, a União Europeia receberia um somatório de quase 15,5 milhões de estrangeiros cujos dois terços viriam de fora do continente, sobretudo da África e da América do Sul. Uma reportagem em 2017, na BBC, afirmava que de 1990 a 2015, 10 países do mundo apenas concentravam 50% dos imigrantes transnacionais (Estados Unidos, Alemanha, Rússia, Arábia Saudita, Reino Unido, Emirados Árabes, Canadá, França, Austrália e Espanha), com destaque para os Estados Unidos com 20% neste quadro (cerca de 46 milhões da população de cerca de 320 milhões, em 2015, eram imigrantes). Entre 1990 e 2015, a Espanha seria o décimo país que mais imigrantes teria recebido, com uma taxa variando de 4% da população em 1990 (quando começou uma inflexão nesse sentido), para 6% em 2015, destacando como cidade receptoras Madri e Barcelona.

resultaram numa forte cosmopolitização das grandes cidades, principalmente de países ricos (HOBSBAWM, 2007).

Foi comum tais imigrações também provocarem reações de xenofobia nesses países receptores (isso repercutiria por exemplo, em organizações de torcidas na Europa, com posições extremistas, embora outras com posições mais acolhedoras, como as autodenominadas *antifascistas*), o que não deixou de evidenciar que o fluxo humano ainda era fraco e que enfrentava mais barreiras (e recentemente até muros) quando comparada aos fluxos transnacionais do capital ou do comércio. Apesar de a imigração ser vista como um problema substancial na maior parte das economias desenvolvidas do ocidente (embora movimentos de acolhimento também tenham surgido nestes lugares) cumpre notar que nos inícios do XXI, apenas 3% das pessoas do mundo viviam em diferentes países que nasceram (HOBSBAMW, 2007), e em 2019 4% (BBC, 2019).

No período pós-queda do muro de Berlim (1989) haveria a explosão de um tipo imigratório particular. Tratava-se de movimentos de refugiados causados por conflitos e perseguições políticas e/ou étnicas que aconteciam em partes como a África, a Ásia (em particular o Oriente Médio), o Sudeste da Europa e mesmo na América Latina. Em 2003 calculava-se cerca de 38 milhões de refugiados dentro e fora dos países, números comparáveis à época da 2ª guerra mundial (HOBSBAWM, 2007).

Metamorfoses políticas

No plano político, a *globalização* representou muitas *integrações*, mas que muitas vezes aconteceram em um cenário de incertezas, contradições e muitos conflitos. Por essa época, por exemplo, as novas tecnologias comunicacionais possibilitaram o fortalecimento da chamada *opinião pública*, mas também uma maior *espetacularização* dela[45], o que refletia certo enfraquecimento da esfera pública e do tradicional ritual iluminista dos "debates públicos", em favor de um novo tipo de populismo midiático, e mais recentemente o que vem se problematizando como *guerra híbrida* e ascensão de movimentos políticos com base nas redes virtuais (KORYBKO, 2018). Por outro lado, demandas políticas tradicionalmente (ou que teoricamente deveriam ser) canalizadas para estruturas políticas representativas do *Estado-nação*, passaram a se apresentar de forma difusa na sociedade,

---

Por outro lado, alguns países do Oriente Médio chegariam a concentrar taxas elevadíssimas de imigrantes na população (durante a globalização), caso dos Emirados Árabes (88%), Catar (75%) e Kuwait (73%). Aí viriam pessoas principalmente do sudeste asiático (como da Índia, Paquistão, Bangladesh, Malásia, Indonésia e Filipinas), motivadas por empregos temporários de baixa qualificação (e com recorrentes denúncias de violações dos direitos humanos), num contexto de crescimento econômico de alguns países da região, motivados pelo aumento do valor do petróleo.

[45]Hobsbawm (2007) falaria de "efeito CNN", e Cordiolli de "estética da indignação".

como por exemplo em tribos urbanas ou mesmo torcidas de futebol. Este movimento vai se fazer presente nas duas torcidas dos clubes de Barcelona, como se verá.

Uma das transformações emblemáticas no campo político seria o enfraquecimento do modelo do *Estado-nação,* pelo menos desde 1970 como já se destacou. E não era apenas o *Estado*, enquanto aparelho político, mas as noções de *pertencimento* e *comunidade* ligadas à ideia de *nação* que se dissolviam. No caso do *Estado*, paulatinamente este aparelho começava a demonstrar-se em descompasso com as transformações que vivia o mundo, e com dificuldades de atender as demandas que por anos havia satisfeito (pelo menos nas economias avançadas) de *bem estar* à população e regulação da economia. Um dos seus maiores "algozes" certamente atendeu pela retórica *ultraliberal*, segundo a proposição (no maior dos casos mais abstrata do que empírica) na qual o *mercado* supriria melhor a necessidade de *consumidores* do que o *Estado* dos *cidadãos.* Não parece equivocado imaginar que, a partir de 1970 o enfraquecimento de partidos trabalhistas e sociais-democratas (sobretudo na Europa), e por outro lado a ascensão de partidos/causa ambientalistas, feministas e *identitárias* (defesa das *minorias*, como homossexuias ou imigrantes) em várias partes do mundo ocidental, ou mesmo o ressurgimento de pautas, grupos ou ações de extrema direita nacionalista (como o racismo e xenofobia), reflitam todos de alguma forma a corrosão (e em alguns casos, sua nostalgia) do projeto do *Estado nacional* e a abertura de um vazio político para resolver antigos e novos problemas da *globalização* (HOBSBAWM, 1995). Nessa mesma direção podem ser vistas a ascensão de novas e antigas nacionalidades encobertas pelo *nacionalismo estatal* como em diferentes partes da Europa e fora dela.

Mas fato é que pela maior parte do globo os *Estados* se enfraqueceram, em diferentes graus internamente e externamente, seja por uma menor lealdade dos seus *cidadãos* aos seus princípios (como da "prontidão" para a guerra ou para os impostos), seja pelo surgimento de grupos que passaram a desafiar e até disputar o *monopólio da força*[46], situação também possibilitada pela difusão crescente de poderosas armas militares a grupos privados, e/ou tipos ascendentes de comércios ilegais transnacionais que alimentavam poderes paralelos, como o narcotráfico internacional (HOBSBAWM, 2007). Giulianotti e Robertson (2009) destacariam a possibilidade dos *Estados-nação* permanecerem, mas metamorfoseados em novas formas, *encaixados* com os novos rumos da *globalização.*

Por outro lado, cabe destacar que desde o fim da 2ª guerra, após a ONU (e antes dela a *Liga das Nações*), várias instituições, *blocos* e/ou mecanismos transnacionais (inclusive militares) já

[46]Como aconteceria na Somália, Haiti e Bósnia (HOBSBAWM, 1995).

começavam a surgir por demandas de questões globais e pela limitação dos Estados em resolvê-los[47], mas esses movimentos de *integração transnacional*, e formação de blocos econômicos[48], parecem descrever, ainda, trajetória incerta, como sugeriu a decisão pelo "*Brexit"*, a saída dos britânicos da União Europeia, em 2016 (questão ainda sem desfecho).

Algumas leituras destacariam que o modelo democrático de governo avançaria pelo globo[49], constatação que no mínimo merece ser problematizada. Mas a questão da *democracia* na *globalização* parece muito mais complexa. Segundo Hobsbawm (2007), o fim da *Guerra Fria* (e, sobretudo, depois os atentados de 11 de setembro) motivaria, na verdade, uma inflexão na política estado-unidense, que teria passado a aspirar-se como líder e difusora do modelo democrático e liberal no plano mundial, numa espécie (bem suspeita e equivocada[50]) de *cruzada* ou *imperialismo dos direitos humanos* para instituição da *democracia* como modelo universal. Inclusive, nessa direção, promovendo (por decisões unilaterais) intervenções no interior de países (como no Iraque, Afeganistão e depois na

---

[47] Entre essas instituições destacam-se o *Banco Mundial* (BIRD - 1944), o *Fundo Monetário Internacional* (FMI - 1945), e o *Acordo Geral de Tarifas e Comércio* (GATT -1947) depois transformado em *Organização Mundial de Comércio* (OMC - 1995). Dentro desse movimento, pode ser citada a ascensão também dos blocos (e projetos) de integração de países, como os militares e de ajuda econômica, neste caso ainda explicitamente demarcados pela *bipolaridade* dos inícios da *Guerra Fria* (nos referimos à *Otan*, o *Pacto de Varsóvia*, o *Plano Marshall* e o *Comecon*). Essa tendência se acentuaria no último terço do século XX. Entretanto, com a derrocada do projeto socialista e a projeção obtida pelos Estados Unidos no plano mundial, teria havido uma contraposição pelos estado-unidenses ao surgimento de um poder político e militar efetivamente transnacional, permanecendo as instituições transnacionais disponíveis, fracas nesse sentido. Tinham suas matrizes de *força*, ainda, muito dependentes do aparelho e do *status* de *Estados-nação* que detinham dentro do quadro mundial. Isso significou hierarquias de poder, nos organismos como a *ONU*, e não uma conformação baseada na igualdade política dos partícipes, revelada (por exemplo) no protagonismo decisório estado-unidense (e algumas poucas potências globais) no *Conselho de Segurança*, no uso "reconfigurado" da *Otan* pós *Guerra Fria*, ou dos organismos financeiros *Banco Mundial* e o *FMI* (HOBSBAWM, 2007). Nessa perspectiva, há inclusive autores que destacam ocorrer nesse movimento o fenômeno do *neomercantilismo* (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009). Este se caracterizaria por uma política de fortalecimento (econômico e de segurança) direcionado a partir da constituição de *blocos,* levada à cabo por *Estados-nação*, associados às instituições supra estatais e organizações governamentais internacionais (OGI). Sendo de matriz estatal, estes blocos contrastariam com o projeto do *neoliberalismo*. A própria política externa levada a cabo pelos Estados Unidos, nesse sentido, pós 11 de setembro não seria vista como *neoliberal*, mas *neomercantilista* porque baseada num protagonismo estatal (sobretudo militar) e alianças.

[48]Como a Opep (1960), o Mcca (1960), o Asean (1967), o Pacto Andino (1969), o Ecowas (1975), o Mercosul (1991), a Sadc (1992), a expansão da Comunidade Européia (1992, cujo embrião seria o Benelux de 1958), a Apec (1993), o Nafta (1994), o BRICS (2009/11), e uma centena de outros organismos intergovernamentais e não governamentais de interesse econômico ou causas sociais, como (por exemplo) o Fórum Econômico Mundial (1971) e depois o Fórum Econômico Social (2001).

[49]Nesse sentido, vale a pena conferir o *Democracy Index*, promovido pela revista The Economist. Cf. <https://www.eiu.com/topic/democracy-index>. Acesso em: 1 fev. 2019. Segundo uma publicação de um instituto sueco em 2017, em 2010 o número de países sob o regime democrático quase atingia a marca de 120, quando em 1980 eram de apenas pouco mais de 50 (IDEA, 2017). De fato, ainda que em processo de enfraquecimento, o formato Estado-nação, nos inícios do XXI, em formatos republicanos (ou monárquicos, como em algumas partes da Europa), democráticos-liberais e constitucionais, era declarado como adotado por uma maioria de países no mundo. Isto apesar da permanência de algumas monarquias asiáticas, teocracias islâmicas, ou várias formas de ditaduras, e mesmo considerando que muitos dos países que propagandeava aquele formato estavam em graus bem diferentes de alguma ideia comum de democracia e liberdades, entre si. Aliás, experiências no Chile ou na Coréia do Sul, em fins do XX, já haviam demonstrado que capitalismo e democracia não precisariam ser necessariamente pares contextuais nos Estados durante a globalização (HOBSBAWM, 2007)

[50]Seguindo alguns de seus ideólogos. Mas equivocada, conforme várias experiências posteriores demonstrariam.

Síria)[51]. Por outro lado, uma onda extremista pós-crise de 2008 pode ser percebida pelo mundo[52].

Mas se a *globalização* pós 1970 significou (na política mundial) formas de *integração*[53], refletiu-se também em episódios em que ela expôs vários *desencaixes*. Nesse sentido, Hobsbawm (2007) destaca que a derrocada do equilíbrio bipolar proporcionado pela *guerra fria*, promoveu um período de indefinições, violências, guerra e conflitos inéditos em várias partes do mundo. Alguns destes seriam demarcados por massacres, genocídio e limpeza étnica, que somados a outros, motivaram migrações massivas de refugiados ultrapassando fronteiras, e repercutindo em outros países, como o caso da Ruanda ou da Síria. Outros episódios, sugeriam que tangenciando esta *integração* predominaram motivações de disputa de determinados recursos e mercados para alimentar empreendimentos globais, como o caso do petróleo ou da indústria das armas. O formato tradicional da guerra entre Estados também foi redesenhado pela ascensão de grupos terroristas de natureza heterogênea, em diferentes locais do globo, que iam desde o ETA na Espanha (ou o IRA no Reino Unido), às células terroristas transnacionais (como a Al Qaeda) ou movimentos radicais com pretensões de *Estado* como o chamado *Estado islâmico*, que passaram a promover ataques no mundo ocidental, mas também em regiões periféricas e no efervescente Oriente Médio. Também, ascenderam formas de guerra civil e guerrilhas em países periféricos, ou assassinatos políticos, numa época em que armas poderosas (sofisticadas também com as revoluções tecnológicas do século XX) já não eram mais monopólio dos *Estados*.

Compressão do *Espaço-Tempo* e *Hibridizações*

Essas *metamorfoses* evidenciam a *globalização* (no último terço do século XX) em algumas das diferentes áreas da vida social e demonstram que a *integração mundial* se dá por diferentes episódios específicos de *desencaixes* e *reencaixes*. É entre estes abalos e rearranjos num complexo *feixe* de *integração* que poderíamos notar *processos* que Stuart Hall (2004) destacaria pelos termos *compressão* do *espaço-tempo* (também expostos aqui pelo termo *conectividade*) e *hibridizações*. Já

[51]Rompendo uma tradição secular na política internacional de respeito das soberanias ou do poder decisório da ONU para questões desta natureza. Nesses termos, parece arriscado e precoce associar democracia à globalização

[52]Como na ascensão de Viktor Órban como primeiro ministro na Hungria (desde 2010), o presidente Recep Endorgan na Turquia (2014), o presidente Rodrigo Duterte nas Filipinas (desde 2016) o primeiro ministro Mateusz Morawiecki na Polônia (desde 2017), o chanceler Sebastian Kurz (desde 2017) na Àustria, o vice primeiro ministro na Itália Matteo Salvini (desde 2018), além de várias partes do globo, onde o discurso extremista de direita tem crescido, como por exemplo mais recentemente na Alemanha com o partido AFD (Alternativa para Alemanha), a figura de Marine Le Penn na França, Donald Trump nos Estados Unidos, ou do Brexit no Reino Unido, tal como na Espanha com o crescimento do partido *Vox.*

[53]Para Hobsbawm (2007), a política foi o âmbito que menos teria se globalizado, em termos de integração.

Giulianotti & Robertson (2009) chamariam a atenção, nesse cenário, para os *processos* de *globalization* e *glocalization* no campo cultural, que atuariam no sentido de redefinir as *identidades*. No conjunto, essas transformações selecionadas podem ser vistas como parte importante para explicar aquele *universo contextual* em metamorfose e a partir da qual as identidades dispunham de novas formas de *matérias primas* para serem expressas. Seguindo essa perspectiva teríamos:

Tabela 4 - Universo contextual da globalização (segunda metade XX)

↓ ***Universo Contextual Global***↓
↓ ***Metamorfoses*** ↓
↓ ***Processos*** **de** ***Desencaixes*** **e** ***Reencaixes*** **nos** ***feixes*** **de** ***integração***↓
↓ ***Compressão do Espaço-Tempo*** **e** ***Hibridizações*** **(Stuart Hall)** ↓
Globalization e Glocalization **(Richard Giulianotti & Roland Robertson)**

Fonte: elaboração própria.

Segundo Stuart Hall (2004), a *compressão do espaço-tempo* remeteria a uma experiência, na *globalização*, devido à integração, de que o mundo se tornou "menor". Eventos passaram a ser sentidos e vividos como se não houvesse as grandes distâncias físicas: o *espaço* em que vivemos se alargou para todo o globo. O *presente* passou a englobar todos os eventos mundiais, e estes passaram a repercutir localmente, nos *lugares* em que vivemos. Isto seria possível graças as várias *integrações* estabelecidas: digital, econômica, cultural, social, política, etc.

Percebem-se similitudes substanciais entre o conceito de *compressão do espaço tempo* de Hall com a ideia de *conectividade* (*connectivity*) exposta por Giulianotti & Robertson (2009), e que seria muito destacada nas análises de John Tomlinson sobre a *globalização*. Basicamente o conceito de *conectividade* remeteria a um processo de integração e "encurtamento" das distâncias geográficas, pela rede mais barateada (extensa, veloz e sofisticada) de transportes e pelas novas tecnologias (desde as TVs a cabo e as transmissões via satélite, até os computadores, *smartphones*, redes sociais e novos aplicativos, conectados à internet[54]), que permitiriam o crescimento das conexões instantâneas, *transnacionais* e *desterritorializadas* dos indivíduos. Tal condição facilitaria e fomentaria (de forma crescente) a formação de redes internacionais em geral, e a troca de informações. Clubes de futebol globais, como o *FC Barcelona*, são certamente ícones desse movimento de *conectividade*.

[54]Vale destacar que os cientistas canadenses Anabel Quan-Haase and Barry Wellman cunhariam o termo *hiperconnectivity*, para referenciar a extrema condição de perpetuidade e de disponibilidade às conexões sociais, trazidas por meio das novas tecnologias (smartphones) e redes sociais, e que poderiam atingir níveis patológicos nos indivíduos. Mais recentemente a dependência de contato permanente com as novas tecnologias (smartphones, internet e computadores) ganharia o termo de *nomophobia*.

Giulianotti & Robertson afirmam também que a *conectividade* seria mais forte em sociedades desenvolvidas, e que estas teriam por isso melhores condições de se *conectar* mais harmoniosamente e positivamente com os fluxos das transformações globais e a própria *globalização*. Parece razoável pensar que as classes médias e abastadas teriam também melhores possibilidades de *conectividade*. Por outro lado, sociedades menos desenvolvidas (e classes pobres) seriam mais *desconectadas*, normalmente demarcadas por crises políticas e econômicas agudas, e por vezes com graves problemas sociais (como a miséria, epidemias, guerras, perseguições), tendo mais dificuldades *conectar-se* positivamente com a *globalização*, e mesmo em constituir uma relação mais equilibrada com outros países[55]. Sendo assim, parece importante destacar que *a conectividade* (e, portanto, a forma como a *globalização* que se desenvolve) perpassa níveis *locais* e específicos *configuracionais* em *feixes*, acontecendo assim em graus diferentes e próprios entre as sociedades no mundo (e dentro delas), justamente por causa das diferenças (não apenas econômicas) nas fronteiras que *reencaixam* o *local* com o *global*. Dessa forma, diferenças no formato dos *Estados*, das sociedades ou das culturas jogariam aí fator importante no desenrolar desse *processo* como, por exemplo: nos *Estados confessionais* do Oriente Médio, ou do norte da África; nas sociedades islâmicas fundamentalistas ou mais abertas; ou nas orientais, como a chinesa e indiana; nos Estados "menos democráticos"[56] de partes da África, Ásia e Oriente Médio (inclusive alguns que restringem tecnologias de comunicação ou a mobilidade transnacional); em regiões profundamente pobres, de conflitos, subdesenvolvidas e desorganizadas como boa parte do continente africano ou em várias partes da América Latina e da Ásia.

Do ponto de vista institucional e esportivo, uma *conectividade* mais forte facilita a integração política mais equilibrada das partes, e no caso do futebol, o próprio desporto acaba sendo um elemento protagonista de *conectividade* (a FIFA em 2018, por exemplo, tinha mais membros que a ONU). Assim, instituições transnacionais políticas se formaram a partir da *conectividade* transnacional, como as *ONGs*, (organizações não governamentais) *OBCs* (organizações de base comunitária) e *OIGs* (organizações internacionais governamentais), além das próprias instituições já existentes dentro do próprio desporto desde os inícios do XX, como a FIFA e a UEFA. No esporte, uma rede internacional, transnacional, progressivamente se formou (atletas, profissionais, jornalistas, torneios e torcedores/espectadores, por exemplo), desde fins do XX e inícios do XXI.

---

[55]Neste sentido, este descompasso conectivo teria inclusive provocado trajetórias desiguais de desenvolvimento e relação entre os países mais e menos desenvolvidos pós 1960. Esta é, aliás, a base de argumentação de linhas de pensamento latino americano que desenvolveriam teorias como a do nacional-desenvolvimentismo ou da dependência, ressaltando as relações de centro-periferia e trocas desiguais da região com as economias desenvolvidas.

[56]Certamente esta é uma ideia que pode ser bem problematizada. Mas aqui a base se dá a partir do padrão ocidental da revista britânica *The Economist*, que desde 2006 publica anualmente o chamado *Democracy Index*.

No que tange à *hibridização* (ou *hibridação*), esta remeteria a um *processo* de promoção de novas formas identitárias que se formam diante das *integrações* diversas que acontecem pelo mundo, e que fazem uma bricolagem entre elementos *locais* e *universais*. Acredita-se que o potencial de *hibridização* estaria diretamente interligado às capacidades e volume das *conectividades* possuídas pelos indivíduos e grupos na *globalização*: assim mais *conexões* se converteriam em mais possibilidades de *hibridização*. Outro ponto é que dispondo a *conectividade* de uma condição permanente (e sendo um *processo* dinâmico), as *hibridizações* poderiam se caracterizar também como processos de permanentes construções, sob um viés cosmopolita, de misturas, e de expressões efêmeras. Nas palavras de Hall:

> Em toda parte, estão emergindo identidades culturais que não são fixas, mas que são suspensas, em transição, entre diferentes posições; que retiram os seus *recursos*, ao mesmo tempo, de diferentes tradições culturais; e que *são o produto desses complicados cruzamentos* e mistura culturais que são cada vez mais comuns num mundo globalizado (HALL, 2004: 88).

Para Hall, o processo de *hibridização* provocaria reações em determinadas culturas, como o seu fechamento ao "estranho", uma busca de retorno às origens e a uma suposta "pureza". Entretanto, considera-se aqui que todas as *identidades* na *globalização* vão guardar algum grau de *hibridização*, mesmo as altamente reativas (como demonstraremos para o caso das *fundamentalistas*), haja vista que não ficam alheias[57] ou totalmente "puras" face às transformações e aos *processos* (como a *conectividade*, por exemplo) que ocorrem no período. Assim, mesmo se caracterizando por uma *reação,* a busca de um "retorno" seria impossível, pois as *condições contextuais* de expressão das *identidades* (e por causa delas) seriam outras (a *reação* é inclusive uma condição nova) e não as de um passado desejado. Além disso, conforme vamos demonstrar entrando nas especificidades dos clubes, os *grupos* e *indivíduos* acabam se revelando como *híbridos* de várias *identidades*, de modo que o *catalanismo* neles se revela (no *FC Barcelona* de forma bem proeminente) atravessado por outras *identidades*, que vão desde aquelas dramatizações sobre as performances esportivas, até *identidades* de *consumo*, do mundo do *trabalho* ou *extremistas*, por exemplo. Sobre esta questão, afirmaria Giddens:

> O local e o global, em outras palavras, tornaram-se inextricavelmente entrelaçados. Sentimentos de ligação íntima ou identificação com lugares ainda persistem. Mas eles mesmos estão desencaixados: não expressam apenas práticas e envolvimentos localmente baseados, mas se encontram também salpicados de influências muito mais distantes. Até a menor das lojas da vizinhança, por exemplo, pode muito bem obter suas mercadorias de todas as partes do mundo. A comunidade local não é um ambiente saturado de significados familiares, tidos como garantidos, mas em boa parte uma expressão localmente situada de relações distanciadas (GIDDENS, 1991: 98).

[57]Excetuados casos raros de tribos completamente isoladas, em diferentes partes do mundo.

Sendo assim, acredita-se que haveria graus ou diferenças nas formas de *hibridizações* identitárias. Dessa forma, nas *identidades* reativas priorizar-se-iam elementos considerados *tradicionais* na *narrativa de si*, mas eles já não seriam únicos. Um exemplo possível, à guisa de ilustração, seriam as simbologias adquiridas nas recentes campanhas eleitorais que levaram Donald Trump a presidência dos Estados Unidos em 2016, Jair Bolsonaro no Brasil em 2018, e até mesmo o referendo que aprovaria *Brexit* britânico em 2016[58]. Nessa mesma direção pode-se citar a revolução iraniana de 1979, ou a ascensão do Estado Islâmico no Oriente médio (inícios do XXI), dois movimentos *fundamentalistas* cujos simbolismos são construídos e propagados também com a ajuda dessas novas tecnologias (como vídeo de execuções ou difusão por comunicações) e, sobretudo, porque são *reações* às transformações que ganham terreno com a *globalização* (como a cultural ou a econômica).

No futebol, um exemplo de *hibridização* pode ser dado pelos chamados clubes nacionais ou globais atualmente, que conservam o seu núcleo torcedor local com formas de pertencimento *tradicionais* combinadas com públicos aficionados de perfil mais *consumista*, fora da sua cidade sede. Mas, conforme veremos, tudo aquilo que conforma um clube (como a sociedade global) em seu corpo social (que pode abranger uma população local, e diferentes pessoas ao redor do globo, como no caso do *FC Barcelona*) será atravessado por diferentes *identidades*, em composições identitárias extremamente complexas e *híbridas*.

Grobalization* e *Glocalization

Para entender a leitura de Giulianotti & Robertson (2009) dos *processos* que denominam *grobalization* e *glocalization* (aqui entendidos como processos de *reencaixes*)*,* é preciso novamente destacar que na análise deles prevalece a acepção da *globalização* como um processo *trocas* e não de imposições. Nessa perspectiva, os intelectuais oferecem uma abordagem multipolar, segundo a qual houve um intercâmbio entre a *periferia* e os *centros*: teria havido, assim, interdependências analíticas e empíricas entre o *local* e o *global*, o *particular* e o *universal*. Ou seja, o *universal* não aconteceu sem o *particular* e nem o reverso. Esses dois elementos, na verdade, se reforçariam e *relativizar-se-*

[58]No caso de Trump e Bolsonaro, ambos sustentaram suas candidaturas com discursos profundamente conservadores e reacionários a uma "nova configuração". Tal fato se passou também, em certa medida, na ala defensora pelo *Brexit*, em que o discurso do nacionalismo britânico frente a União Europeia e contra as imigrações se destacou. Entretanto, a construção desses discursos também não poderiam ser compreendidos, como ícones fora da alusão às chamadas novas tecnologias e redes sociais, que muito utilizaram: como o *twitter* ou o *whats app* (inclusive com acusações sérias do uso disseminado de *fake news*, "*pós-verdades*"*,* perfis falsos, e aquisição de dados não autorizados dos usuários, a partir da *Cambridge Analytica*) (EL PAÍS, 2018).

iam na história da *globalização*.

Esse quadro poderia ser exemplificado adentrando ao próprio caso do futebol mundial. Os autores, que situam a *globalização* como um processo de *longa duração* (iniciado ainda no século XV), nesta linha consideram que, desde o surgimento do desporto na Inglaterra no século XIX (e depois na sua difusão pelo mundo), o futebol interagiu com a *globalização*. Naquelas primeiras décadas se viveria as fases de *decolagem* (1870-1920) e *hegemonia* (1920-1960) da *globalização* (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009), quando as *tradições* locais (ou a invenção delas) foram incorporadas em clubes e seleções. Isto resultaria no futebol (um código universal) que ganhava várias tonalidades, pois seria crescentemente representado por várias seleções (e clubes) específicas ao redor do mundo: ou seja, uma *universalidade* (o futebol) construída sobre *particularidades* (nacionalismos), que evidenciaria a *globalização* como um processo de *trocas*. Nessa mesma direção, as regras do futebol sendo as mesmas em todo o globo, mas incorporadas através de federações locais, seriam uma *particularização* do *universal*. Assim, é dentro da referida ideia de *trocas* que a questão *cultural* no desporto é pensada durante a *globalização*. Neste aspecto, destacam que a *cultura* (ou seja, as *identidades*) se reconfigurariam por meio de intercâmbios *locais* e *globais*, evidenciando um novo *encaixe* em marcha, refletindo processos que denominaram de *grobalization* e *glocalization*.

Grobalization seria quando elementos e traços da cultura dos centros, universais, seriam (a princípio) reproduzidos sem filtros, diretamente nas culturas locais, *homogeneizando* o local dentro do cenário global em dados aspectos identitários. Seria um processo de uniformização, *convergindo* valores restritos, uma *universalização* que exclui os traços locais, embora até possa ser incorporada de forma particular, localmente.

Glocalization, pelo contrário, aconteceria quando a cultura local seria consagrada pela *globalização*, *heterogeinizando* o quadro global: ou seja, um processo, que consagra as *divergências*, formando *particularismos* na órbita do universal. Porém, também poderia simultaneamente *convergir* e excluir as próprias diferenças locais, através da *homogeinização* no quadro local.

Seria essa dialética que teria permitido que o futebol se *globalizasse* inclusive mais ocupado, culturalmente em dados aspectos (como por jogadores) por *sul-americanos* do que por *norte-americanos*. A *americanização* no futebol seria mais em termos das ferramentas de mercantilização, gestão do jogo e *cultura corporativa* que teriam se disseminado da América para Europa, e para o restante mundo. Por outro lado, conforme já destacado (e como se verá na análise dos clubes) a conformação das *identidades* no corpo social de um clube (e dos indivíduos) é extremamente complexa, podendo acontecer combinações de *glocalization* e *grobalization*, embora (também) pareça que um *processo* geralmente se destaque mais que o outro: como por exemplo o fato de que

crescer relações de *consumo* (*grobalization*) do *FC Barcelona* entre os torcedores catalães, mas isto mesmo é secundário na relação entre a maioria deles e o clube, cuja relação principal permanece o fortalecimento como um ícone da catalanidade (*glocalization*), no período.

As "novas identidades"

Compressão do espaço-tempo (ou *conectividade*) e *hibridização* seriam *processos* estruturais, condições universais e destacadas da *globalização*, que evidenciariam novos *reencaixes* e estariam agindo (como *matérias primas* ou um *universo contextual*) no sentido de promover "novas identidades". Essas "novas identidades", expressão utilizada por Stuart Hall (2004), podem ser entendidas como expressas pelos *processos* de *grobalization* e *glocalization*.

Assim, entre as "novas identidades" promovidas pela *grobalization*, estariam o que denominamos como a *atomização*, o *ethos-trabalho* e o *consumismo*. Basicamente, seriam formas identitárias ligadas a matriz *grobalization* de *individualização* e associadas à *aceleração social* de que nos fala Rosa (2010; TZIMINADIS, 2017). Ou seja, formas identitárias hegemônicas, que acabariam se disseminando pelo mundo, em suas diversas localidades, num processo em que a *globalização* age no sentido de *homogeneizar* o *local*.

Já entre as "novas identidades" promovidas pela *glocalization*, estariam o que destacamos como sendo as *tradicionais*, as *fundamentalistas* e as *descentradas*. No caso das formas *tradicionais* e *fundamentalistas*, seriam formas ligadas ao um processo *holista*, enquanto que a forma *descentrada* poderia se manifestar como um processo *holista*, mas também de *diferenciação* (por isso *descentramento*) às formas *holistas* estabelecidas (por exemplo, uma identidade pela pluralidade contra formas conservadoras *holistas* estabelecidas). As formas *glocalization* evidenciariam a *globalização* como um processo de *troca*, em que também as formas *locais*, específicas ascendem à órbita mundial, *heterogeneízando* o quadro global por meio da consagração de diferenças e pluralidades identitárias e não de um cenário uniforme.

Assim sendo, a *globalização*, em meio aos seus *reencaixes*, nos daria o quadro a seguir, em termos identitários. Adiante iremos abordar cada uma das *identidades* apresentadas:

Tabela 5 - "Novas identidades" na globalização

Conectividade* e *Hibridização

Grobalization	***Glocalization***
Homogeneízam o *local* no quadro *global*	*Heterogeneízam* o *local* no quadro *global*
Atomização	*Tradicionais*
Ethos-trabalho	*Fundamentalistas*
Consumismo	*Descentradas*

Fonte: elaboração própria.

Atomização*, *Ethos-trabalho* e *Consumismo

A *individualização* seria um processo matriz de *globalization* que frequentemente estaria associada as formas *atomização*, *ethos-trabalho* e *consumismo.* Parece-nos que esse movimento exerce mais força nas sociedades ocidentais, pois são elas as mais *conectadas* a reprodução do capital a partir da matriz *iluminista*, que de alguma forma está também muito na raiz dessas *identidades*. Na forma *atomização*, sua profusão teria raízes nas políticas *neoliberais* (de matriz inglesa e americana, logo disseminadas em boa parte do mundo ocidental), de evocação do indivíduo e de cisão dos laços comunitários locais, na *aceleração social* (ROSA, 2010; TZIMINADIS, 2017), mas também de desmonte do *Estado de Bem Estar Social* (ou de projetos mal acabados de *Estado social*) em que uma gama de indivíduos, de origens mais humildes, acaba desprotegida e o ideal *solidário* nas *comunidades* (tal como a responsabilidade do Estado), paulatinamente se esvai. A centralidade e os impositivos do *individualismo* na *globalização* ajudaria a promover, em geral, o *traço* de *atomização*. Sobre esta questão, Sevcenko (2001) afirmaria que seríamos cada vez mais dragados em viver num mundo cada vez "menor", num pequeno *Aqui* (círculos sociais menores) e num curto *Agora* (em que tudo muda rápido). Ainda nessa linha:

> ...a ascensão da cultura da imagem e do consumo, a desregulamentação dos mercados e a retração do Estado, com a progressiva desmontagem dos seus mecanismos de distribuição e apoio social, promovidos pela era Reagan (1981-89) e Thatcher (1979-90) – e, por trás disso tudo, como seu elemento propulsor, a Revolução Microeletrônica e digital. O resultado é uma situação na qual as imagens são mais importantes do que os conteúdos, em que as pessoas são estimuladas a concorrer agressivamente umas com as outras, em detrimento de disposições de colaboração ou sentimentos de solidariedade, e na qual as relações ou comunicações mediadas pelos recursos tecnológicos predominam sobre os contatos diretos e o calor humano (SEVCENKO, 2001: 89).

No futebol encontraríamos reflexos da sua existência, e que corresponde a uma incorporação (cada vez mais pelas diretivas dos clubes, sobretudo aqueles mais sintonizados com o perfil de *clube-empresa*) que é a chamada *responsabilidade social corporativa* (prática que já era comum entre

empresas multinacionais, transnacionais, ONGs e OBCs), que visam (na verdade) confrontar a *atomização*. A associação do *FC Barcelona* em 2005 com a *UNICEF* (e seus inúmeros projetos sociais), a *Fundação Benfica* (do Sport Lisboa Benfica) fundada em 2010, o *Arsenal Positive Futures* do Arsenal Foot Ball Club, ou o *Departamento de responsabilidade social* (criado em 2012) do Sport Club Corinthians Paulista, seriam apenas alguns exemplos que poderiam ser citados. Na pesquisa com os torcedores do *FC Barcelona* e do *RCD Espanyol* (de formas diferentes) percebi um sentimento comum de que alguns dos laços de pertencimento comunitário tinham se enfraquecido (como nas *penyes*), embora os dois clubes também se notabilizassem muito por evocar as *tradições* locais entre os torcedores, tal como o reconhecido processo de fortalecimento do *catalanismo.*

Por outro lado, na mesma esteira dessas políticas neoliberais e neste cenário *contextual*, promover-se-ia condições (como a *globalização* da mão-de-obra, a sofisticação tecnológica nas empresas, a expansão das carreiras universitárias, o crescimento do setor de serviços, reformas trabalhistas e empregos de "colarinho branco", tal como a plena urbanização dos países) do ideal e da cultura do indivíduo autossuficiente. Dos méritos, de alcançar o sucesso mais por si, em um meio cada vez mais hostil e global de competição. Tornando, dessa forma, como regra um dever de busca constante pela capacitação, diferenciação, mais dedicação do indivíduo, e pelas "marcas inéditas". Também, pela expansão do capital em outras esferas do cotidiano, promovendo a intensificação da *empresarização* da vida (mas também da precarização do trabalho para determinadas classes), como defenderia Tom Lee em seu livro sobre a ascensão da "economia compartilhada" consagrada e movimentada pelas novas tecnologias como *Uber* ou *AirBnb*[59].

Isto repercutiu, por exemplo, na própria transformação do *espaço do trabalho*, refletindo a *globalização* e como um dos palcos de *desencaixes e reencaixes*. No ocidente, foi neste local (*espaço do trabalho*), por muito tempo que o indivíduo forjou uma das suas identidades principais, porque lhe fornecia dignidade e respeito social, estava envolvido por garantias trabalhistas e geralmente estava visualizado e conectado idealmente como o alicerce de desenvolvimento da nação (além de ser o lugar primordial como fonte material da sobrevivência do indivíduo). Mas, com a *globalização*, tornou-se uma base perigosa para fincar raízes e pertencimentos, por vários fatores, desde a ameaça intermitente de desemprego, a competitividade, a possibilidade de novas e melhores oportunidades, a instabilidade das carreiras até as novas formas de regime de trabalho, temporários, terceirizados e autônomos. Paradoxalmente (ou não) o próprio termo *empregado* passou a ser rejeitado no mundo dos negócios em favor de *colaborador* ou *associado*, para que o funcionário incorporasse seu papel

[59]Ver What's Yours is Mine: Against The Sharing Economy de Tom Slee, publicado em 2015, no Brasil com o título de Uberização: a nova onda do trabalho precarizado.

e responsabilidade mais claros (atingir metas) dentro das empresas, como partes ou extensão delas.

Sendo assim, a *globalização* teria intensificado e expandido mundialmente o *espírito* que Max Weber (2013) chamaria de *ética do trabalho protestante*, o que denominamos como *identidades ethos-trabalho*: em síntese um impositivo (mas que acaba também sendo um desejo) para acompanhar, *sincronizar-se*, à *aceleração social* no campo do trabalho. Isso significaria, por exemplo, maior *prontidão* para competitividade (como a disposição para continua qualificação, em um mercado de trabalho cada vez mais disputado) e/ou para exercer o próprio *trabalho* de forma crescentemente mais intensiva[60]. É do pensamento de Hartmut Rosa (2010; 2018; TZIMINADIS, 2017) que extraímos esta ideia, quando o autor considera que a *globalização* é pautada pela *aceleração social*, ou pelo que chama de *estabilização dinâmica*: o sistema capitalista, para manter-se viável, necessita seguir em uma contínua espiral de crescimento. Para tal, precisa reavivar permanentemente uma das suas fontes de *energia*: a *motivação/necessidade humana* em *trabalhar*, *inovar* ou *qualificar-se*[61]. Nesta perspectiva, a maioria dos indivíduos internalizariam o desejo pelo *ethos-trabalho* (ou mesmo a necessidade, pois não haveria possibilidades de negar essa lógica individualmente), como um *impositivo social*, na medida em que não acompanhar a *aceleração social* significaria estar *dessincronizado* e *obsoleto* dentro da sociedade, repercutindo em perda de status, bem estar, qualidade de vida ou falta de autonomia sobre a própria vida/tempo (metáfora da ficar exposto a "uma escada rolante reversa"[62]) e ainda, também de abrir mão de aproveitar as inúmeras possibilidades de entretenimento e satisfação do mundo *globalizado.* Sobre esta questão Sevcenko (2001), em tom pessimista, afirmaria:

> A ideia não era mais garantir um bom emprego para todos, conforme a tradição socialista, mas disseminar o espírito da concorrência agressiva por intermédio de uma nova agenda educacional, de modo que, num mercado cada vez mais concentrado, somente os mais aguerridos, os mais individualistas e os mais expedientes prevalecessem, em detrimento dos desfavorecidos em todos os quadrantes do planeta. E aqui se insere o conceito ampliado de destino manifesto, traduzido no novo dogma chamado "eficiência" (SEVCENKO, 2001:40).

Considera-se que a percepção é subjetiva sobre as *identidades ethos-trabalho*, porque se trata de um fenômeno *dialético* dentro da sociedade, sugerindo (inclusive) "conflito de classes" na forma como são incorporados (embora não de forma determinante), pois dentro do *tecido social* as condições/*capitais* dos indivíduos (tempo, capital, rede de relacionamentos, estrutura familiar,

[60]Como sugere a ascensão da "cultura do coach" - e uso de termos como *mindset/psicologia do sucesso* (JERICÓ, 2019) - que ascende no *mundo corporativo* desde a década de 1980, vindos inclusive do mundo esportivo (DELGADO, 2019).
[61]Rosa não considera a competição (que não existiria apenas dentro do sistema capitalista) ou mesmo a *aceleração* como problemas em si. O problema estaria no que chama de *dessincronização*: quando não haveria sincronia entre as demandas de *aceleração* do sistema capitalista, e as fontes de energia disponíveis para suportá-la. Por exemplo: o meio ambiente não poderia entrar em *sincronia* com as demandas do capitalismo atual.
[62]Um relatório recente da OCDE apontaria para um movimento, de achatamento, enfraquecimento e endividamento da classe média por todo mundo (MORI, 2019).

informações, etc.) para entrar (ou buscar entrar) em *sincronia* com essa *aceleração* seriam diferentes. Assim, para classes médias, altas e profissionais liberais estabelecidos (no ocidente) - para os "*vencedores*" (ou aqueles que se enxergam potencialmente como tais) em geral - teriam mais possibilidades de consagrar significação de virtuosidade, ligada à aquisição de símbolos sociais de reconhecimento, superação, diferenciação, status e sucesso, evocando paralelamente o funcionamento e dinamismo da *meritocracia* na sociedade, condição vista e defendida como fundamental para a própria "evolução" e conquistas tecnológicas da civilização (como reiteram as ideologias de matriz liberal).

Por outro lado, nestas mesmas sociedades e em outras ao redor do mundo, a *reprodução do capital* de forma mais intensiva, também se associaria ao *habitus* social em classes trabalhadoras ou das pessoas em condições de informalidade, baixa qualificação e desemprego, podendo consagrar outra feição ao *ethos-trabalho*, quando este assumiria formas simbólicas mais defensivas (céticas e negativas) de frustração, mera imposição, *alienação* e exploração[63]. Entre estas poderiam ser citadas novas formas de *semi-escravidão*, em lugares de parcos controles dos direitos humanos e de pouca tradição de autonomia/liberdade individual (como no trabalho de imigrantes asiáticos em países do Oriente Médio; ou em fábricas na Ásia de multinacionais ocidentais) ou em locais do ocidente demarcado já por desigualdades históricas acentuadas (como no trabalho assalariado e informal no Brasil). Nessa perspectiva, afirma Rosa:

> A classe média e as classes mais altas internalizaram a pressão temporal, e a escassez de tempo tornou-se parte de seus *habitus*. E para muitas pessoas da classe trabalhadora, a pressão temporal aparece como uma força externa: são seus chefes quem designa quando e o quê fazer. Ou então são obrigados a trabalhar em três empregos, de modo que precisam correr enlouquecidamente. E para os desempregados, aqueles que foram expulsos, essa força totalitária também é sentida, pois são lançados para um buraco cada vez mais fundo na medida em que perdem a capacidade de acompanhar o ritmo da sociedade, e seu tempo torna-se progressivamente desvalorizado (ROSA Apud TZIMINADIS, 2017: 376).

No futebol, esse traço é encontrado nos princípios organizativos das novas ligas e clubes (embora o âmbito *profissional* já fosse desenvolvido anteriormente na área do futebol, dos atletas, nos clubes), que vivenciaram um processo de mercantilização e passaram a funcionar cada vez mais em sintonia com uma lógica competitiva e de acumulação agressiva (por vezes até criticados como detratores dos "reais valores esportivos"), por modelos empresariais, transnacionais e acionistas, no nível diretivo, consagrando em suas composições a chamada *cultura corporativa,* ou o que Durkheim

[63]Conforme já destacado as "novas identidades" perpassam configurações, modelam-se muito conforme o universo contextual local e o lugar dos indivíduos. Por exemplo, na cultura japonesa fortaleceu-se um tradicional e consagrado senso coletivo de disciplina e auto sacrifício no trabalho, sobretudo no pós guerra, que intensificou-se com a globalização (com destaque para o *toyotismo*) de tal modo que acabou por se tornar um problema crônico resultando em pessoas dormindo em "hotéis cápsula", ou mesmo nas ruas (os "salarymen", espécie de executivos novatos e/ou de baixo escalão que fazem jornadas que as vezes ultrapassam 80 horas semanais) até várias mortes por estafa de trabalho (o"karoshi").

(1999) chamaria de *solidariedade orgânica* (mais *individualista* e menos *holista*). Nessa direção, incorporando também a complexificação de funções em seus organogramas internos, a promoção de novas profissões em áreas cada vez mais específicas, qualificadas e bem remuneradas (como nutricionistas esportivos, analistas de desempenho, executivos de marketing, diretores financeiros e de inovação, etc.), preenchidas a partir de critérios de seleção rigorosos em um mercado de trabalho muito disputado. Tal processo aconteceu por todo o mundo, de diferentes maneiras e velocidades, e cujos clubes ingleses e o esporte estado-unidense acabaram se tornando referencias paradigmáticas.

A terceira manifestação identitária de *grobalization* citada viria com a *sociedade de consumo*, um estilo de vida inicialmente americano, que ascende efetivamente num contexto de *Welfare State* e de aumento de tempo livre para os trabalhadores nos Estados Unidos. Modelo para uma crescente sociedade classes média e popular urbana massiva que se estabelecia, numa época de ascensão dos meios de comunicação de massa, da indústria publicitária e que divulgava as novas facilidades trazidas pela tecnologia, mas também exibia alternativas baratas de lazer para o tempo livre. Inicialmente seria a lógica do "produto descartável" que orientaria a produção de bens duráveis e não duráveis, possibilitando o capitalismo "crescer pra dentro" (CORDIOLLI, 1994). Mas a mercantilização de vários aspectos da vida social, para além do *uso* e do entretenimento, também possibilitaria a diferenciação de si entre seus próprios pares, num contexto de metrópoles cada vez mais habitadas por multidões anônimas, paralelo a uma metamorfose cultural histórica, que seria o aguçamento do olhar humano (e do protagonismo da *imagem*) como habilidade destacada neste contexto (SEVCENKO, 2001). Este estilo de vida promoveria cada vez mais a *necessidade da compra*, o ideal de que para estar integrado e estabelecido neste contexto *acelerado*, seria preciso manter-se em *movimento*: *consumindo*. Ela impactaria inclusive nas formas religiosas e essa *identidade do consumo* logo seria "exportada" para várias partes do planeta com a urbanização das sociedades, a expansão do processo de produção, consumo, e (sobretudo) por uma indústria publicitária e cultural em uma escala global (PRONI, 2000). Para Sevcenko (2001), foi potenciada ao incorporar as simbologias da *rebeldia*, do *hedonismo* e da *liberdade,* próprios dos movimentos *jovens* da década de 1960. Bauman abordaria esse fenômeno pelo termo *identidade líquida*, Sevcenko (2001) por *presentismo* e Gilles Lipovetsky de *indivíduo hipermoderno*.

Giulianotti e Robertson (2009) argumentam que no plano global, o *consumismo* se associou a *identidade cosmopolitanism*. Isto remeteria a crescente oferta, sobretudo por meio da *conectividade*, para pessoas comuns de qualquer parte do mundo de experiências culturais cosmopolitas (comidas, músicas, viagens, etc.). Neste caso a *diferença* emerge como um produto do consumo (ou serve apenas para remodelar em alguns detalhes a *identidade* matriz, que compra e *"*devora*"*), e não algo a ser

conhecido e reconhecido efetivamente em sua complexidade. Daí usarem o termo *banal cosmopolitanism*[64], muito embora um *cosmopolitanismo* mais profundo também permanecesse. Em última análise, o *local* seria sempre necessário para existência do cosmopolita, banal ou não, para que o contraste permaneça (GIULLIANOTTI & ROBERTSON, 2009).

O *esporte-espetáculo* (jogadores celebridades em confrontos badalados, pela televisão ou em "novas Arenas" sofisticadas), pensado apenas nos limites como um produto pra consumo, poderia ser visto como o maior ícone da *grobalization* esportiva na sociedade de consumo, e um dos efeitos muito claros seria a transformação da relação entre público torcedor e clubes, na qual estaria ascendendo um tipo de público de perfil mais *consumista* (GIULIANOTTI, 2012). A inserção de formas do *consumismo* no futebol teria suas primeiras experiências na década de 1960, na Europa (mais particularmente na Inglaterra), a partir de estratégias de uma geração de dirigentes influenciados pela cultura empresarial e pela já destacada indústria do entretenimento, estabelecida na sociedade ocidental. E, na esteira dessa inflexão, começariam a irromper reações contrárias de torcedores, por várias partes. Mas seria apenas em fins da década de 1990 que surgiria um movimento coordenado a partir de *ultras* italianos que consagraria o mote "contra o futebol moderno". Uma das principais oposições (entre outras) seria justamente contra a inserção do *consumismo* e de uma nova forma de torcer no futebol, que estaria ocupando o lugar das relações *tradicionais* que tinham com os clubes, e que seria reivindicada pelos militantes (SIMÕES, 2016).

Atomização, ethos-trabalho e *consumismo* são considerados, assim, "novas identidades" reflexos de condições sociais que o indivíduo no mundo global está necessariamente exposto, impelindo *pessoas* e os *grupos* (em maior ou menor medida) de alguma forma a incorporá-los no período.

Tradição*, *Fundamentalismo* e *Descentramento

Tradição, *fundamentalismo* e *descentramento*, conforme exposto, seriam formas *glocalization*, que se inserem na lógica *global* a partir das matrizes identitárias *locais* ou *descentradas*.

Para Giulianotti & Robertson (2009) formas *tradicionais* seriam aquelas manifestações identitárias que expressariam *nostalgia*. Esta seria uma espécie de afeição reativa à *modernidade*, às

[64]Stuart Hall (2004) também vê o campo do consumo, como um lugar que poderia potencialmente consagrar a pluralidade de identidades, mas num movimento de redução das culturas aos moldes de um produto ou formato comum, absorvidas e um "supermercado global", onde a possibilidade oferecida seria o flutuar entre as culturas sem necessariamente estabelecer uma fixidez, o que apontaria para um formato, no fim das contas, de uma homogeneização cultural.

metamorfoses promovidas pela *globalização* e ao "mercado das novidades". Estaria relacionada a sentimentos de uma história em declínio, demarcada por sensações da perda: da inteireza, das expressões, da espontaneidade e da autonomia individual (o que chamaríamos *atomização*). Há, entretanto, autores que defendem o contrário. De que seria o recrudescimento das formas *identitárias tradicionais locais* na *globalização*, um movimento em ascensão e relacionado ao enfraquecimento dos *Estados-nação*, que (na verdade) por muito tempo invisibilizaram e sobrepujaram aquelas formas *tradicionais.* Outros autores, como Hall (2004) e Giddens (1991), acrescentariam que o fortalecimento das formas *tradicionais* revelava (na verdade) um fenômeno "novo", pois estaria ligado a outros a outros aspectos da *globalização:*

> Eles argumentam que existem evidências de um afrouxamento de fortes identificações com a cultura nacional, e um reforçamento de outros laços e lealdades culturais, "acima" e "abaixo" do nível do estado-nação. As identidades nacionais permanecem fortes, especialmente com respeito a coisas como direitos legais e de cidadania, mas as identidades locais, regionais e comunitárias tem se tornado mais importantes. Colocadas acima do nível da cultura nacional, as identificações "globais" começam a deslocar e, algumas vezes, a apagar as identidades nacionais (HALL, 2004: 73).

> O desenvolvimento de relações sociais globalizadas serve provavelmente para diminuir alguns aspectos de sentimento nacionalista ligado aos estados-nação (ou alguns estados), mas pode estar causalmente envolvido com a intensificação de sentimentos nacionalistas mais localizados. Em circunstâncias de globalização acelerada, o estado-nação tornou-se "muito pequeno para os grandes problemas da vida, e muito grande para os pequenos problemas da vida". Ao mesmo tempo em que as relações sociais se tornam lateralmente esticadas e como parte do mesmo processo, vemos o fortalecimento de pressões para autonomia local e identidade cultural regional (GIDDENS, 1991: 61).

Nessa mesma linha, também, que Hall (2004) destaca a questão da *tradução* como um movimento ascendente na *globalização*: neste caso seriam grupos de diáspora que, em outros países, reconstituiriam um enclave cultural, ainda que sem pretensões de estabelecer uma ligação com o seu passado e suas *tradições*. Na leitura de Hall (2004), ainda, o reforço das *tradições* (locais e nacionais) pode, em determinados casos, ser visto como reflexo de uma resistência à *globalização*, e podem assumir um grau mais agudo se projetando como formas *intolerantes* ou *fundamentalistas.* Por isso, acredita-se que seja necessário fazer uma divisão entre formas *tradicionais* e *fundamentalistas*. Nesta perspectiva, formas *tradicionais* seriam um movimento em *compasso* com a *globalização*, buscariam destacar e reforçar os traços *locais* e uma pretensa essência de si, mas não de forma excludente, absoluta e totalizadora: seria uma afirmação de si, de uma comunidade que estabelece a *fronteira simbólica*, mas aceita a convivência com o diferente, a divergência e a pluralidade de valores, estabelecendo (e sendo permeada por) outros feixes *interconexos* da *globalização*. É a expressão da singularidade por meio da *heterogeneização*: para *integrar-se* num cenário/universo *global* de diferenças.

No futebol a *tradição* poderia ser entendida desde a vontade de conservação de um modelo/forma cultural (costumes) protagonista no clube desde tempos remotos, até uma relação mais *holista*, pessoalizada e permanente entre os membros destas comunidades (seja no âmbito diretor ou torcedor). Para o primeiro caso poderia ser exemplificada por lembranças, busca e reforço das "raízes", seja monumentalizando grandes "momentos esportivos" ou "craques" do passado, seja pelas comunidades esportivas ou por campanhas de marketing. Para o segundo caso, um exemplo possível que demonstra *transformação* nos níveis diretivos da *tradição*, mas manutenção dela em outros níveis, seria o do clube Athletic de Bilbao. O clube basco transformou-se no plano gerencial mantendo firmemente as raízes locais, utilizando essa simbologia como ferramenta de marketing, tal como a manutenção em seus quadros apenas jogadores da região basca ou (mais recentemente) aqueles formados no próprio clube (ALMEIDA, 2014). Muitos clubes médios e pequenos, que não conseguiram se expandir durante a *globalização*, podem estar se utilizando da estratégia de valorizar suas *tradições* para não perder seus leais torcedores também, haja vista que não teriam as mesmas competências para disputar o "público" no campo dos bens do entretenimento e consumo (*identidades consumo*), com os clubes de referência globais ou maiores. E ademais, mesmo os chamados clubes transnacionais parecem manter seus núcleos comunitários *tradicionais* nas suas cidades sede. Assim, nos clubes em geral, a *tradições administrativas* vão ser mais impactadas pela ascensão de modelos mais corporativos e ascensão das identidades *ethos-trabalho*, mas nem sempre isso demarca uma dicotomia ou a completa eliminação delas nos círculos gestores. Todas essas possibilidades são vislumbradas de forma detida nos casos do *FC Barcelona* e do *RCD Espanyol*.

Formas *fundamentalistas*, por sua vez, seriam aquelas manifestações de pertencimento que reivindicam uma recuperação dos traços locais por intermédio de uma vontade de *homogeneização*, embora figurem como um *heterogêneo* no quadro global, mas em *descompasso* com a *globalização*. Ou seja, reage-se a *globalização* com uma *nostalgia* aguda, através de um diálogo com o conservadorismo, buscando um retorno a uma pretensa essência das comunidades que seria anterior a *globalização*: é a expressão da singularidade, da *narrativa de si* e da *fronteira* como forma de isolar-se, subjugar e/ou excluir. Aqui se enquadram episódios de racismo, xenofobia, enclausuras religiosas e todo tipo de intolerância baseada no resgate de modelos que se baseiam em excluir aqueles que sentem "contaminar" os seus princípios, seus costumes, sua "pureza racial" e seu mercado de trabalho, etc. Entre os casos de *fundamentalismos* no futebol poderíamos enquadrar facilmente episódios de racismo, xenofobia e intolerância, que se tornaram, por exemplo, comuns na Europa e por várias partes do mundo. No caso do *FC Barcelona* e *RCD Espanyol* essas formas se revelarão em uma parte dos torcedores *ultras,* a partir da década de 1980, como se verá.

Finalmente, as *formas identitárias descentradas* seriam aquelas que promoveriam pertencimentos por muito tempo encobertas pela centralidade do projeto *Estado-nação* (em declínio), ou oferecendo e explicitando (de forma mais destacada) novos *híbridos* promovidos pelo próprio contexto da *globalização* (com o acesso à *matérias primas* globais*)*:

> Num mundo de fronteiras dissolvidas e de continuidades rompidas, as velhas certezas e hierarquias da identidade britânica tem sido postas em questão. Num país que é agora um repositório de culturas africanas e asiáticas, o sentimento do que significa ser britânico nunca mais pode ter a mesma velha confiança e certeza (HALL, 2004: 84).

O termo *descentramento* é utilizado por Stuart Hall (2004) referindo-se a um processo em que a percepção do indivíduo como *cartesiano* (*moderno*, *iluminista, estável*, *racional*, *autônomo e centrado*), que sustentou no plano ideológico o *Estado-nação*, estaria efetivamente superada[65]. A evidência disso seria a ascensão de novos grupos identitários *fora* dessa *ordem*[66]. Vale destacar que a *modernidade* consagrou um *encaixe* (e um alinhamento) identitário entre indivíduo e sociedade (ou entre uma dada ideia identitária padrão de indivíduo com a *nação*), em que o indivíduo teria uma associação muito estreita em suas *identidades* (ou missão identitária) de comprometimento, pertencimento com a *nação*. Conforme já exposto, esse *encaixe* vem sofrendo um colapso desde a segunda metade do XX, redefinindo a relação indivíduo/sociedade. Este colapso, pode ter inclusive sido reforçado pelo *desencaixe* que uma parcela das populações já experimentava anteriormente, por uma dissintonia com o próprio *Estado* e o "perfil padrão de nacionalidade" (em países ocidentais), como seria o caso dos afrodescendentes, das mulheres, dos jovens e dos LGBTs, por exemplo. Nessa perspectiva, vale trazer as leituras de Hall (2004), e depois Bauman (2004):

> Para dizer de forma simples: não importa quão diferentes seus membros possam ser em termos de classe, gênero ou raça, uma cultura nacional busca unificá-los numa identidade cultural para representa-los todos como pertencendo a mesma e grande família nacional (HALL, 2004: 60).

> ...na modernidade, o indivíduo tinha um objetivo final e um caminho intermediário definidos, um modelo de classe identitária, burguês a ser atingida. A sociedade, os grupos, tinham trajetórias definidas e previsíveis, e o indivíduo era levado a confiar unicamente em si. A sociedade era um "árbitro" (BAUMAN, 2004:56).

---

[65]Hall destaca como pontos fundamentais nessa trajetória, a interpretação althusseriana de Marx (pela qual os indivíduos passam a ser percebidos também como expressões de estruturas e instituições: como a família, a igreja ou as mídias); as descobertas da psicanálise freudiana (a identidade do indivíduo é também influenciada por suas emoções e seu inconsciente); o papel da linguagem destacada por Sausurre (o indivíduo se faz representar por estes códigos que lhes são exteriores); os micro poderes disciplinadores apontados por Foucault (que moldam os comportamentos e a socialização do indivíduo nas relações cotidianas) e os novos movimentos feminista, negro, jovem, pacifista, gay de meados do século XX, que promoveram novos discursos identitárias e demandas políticas fora do habitual, até ali.

[66]Por outro lado, vale destacar que alguns Estados-nação, ao longo do XX, buscaram promover uma reconfiguração interna de comunidades desalinhadas com o aparelho estatal, propondo a identidade poliétnica, como seria na Austrália e no Canadá (embora neste último caso o separatismo do Quebec, tenha permanecido latente).

Dessa forma o *descentramento* seria uma condição universal em diferentes partes do globo (cujo *Estado* e a *Nação*, já não "ordenam" ou "alinham" as *identidades*), mas construídas sobre determinadas particularidades, *hibridizações* e especificidades em cada *lugar,* com *matérias primas* globais, e que revelam singularidades. Este fenômeno se tornaria muito notabilizado por novas conformações de caráter político-militante que ascendem na globalização, ou expondo *desencaixes* identitários dentro de Estados já consolidados: seriam os movimentos pelo direito das mulheres (por exemplo, das iranianas em assistir partidas de futebol em seu país), étnicos (como os afrodescendentes por políticas afirmativas no Brasil), sociais (como os *squatters* em busca de moradias na Alemanha) núcleos de refugiados da fome ou da guerra (como os curdos no Oriente Médio), imigrantes (como os turcos em busca de trabalho na Alemanha ou Áustria), de luta contra o racismo (como o movimento negro *estado-unidense*), os LGBTs (como o movimento gay nova iorquino), os ambientalistas (em qualquer lugar do mundo), os movimentos jovens (como as tribos urbanas), a forte rivalidade Brasil x Argentina em torcedores jovens de Bangladesh, por exemplo[67]. Em síntese, grupos de um potencial extenso de pluralidades, e uma infindável possibilidade de *hibridações locais*.

No futebol, há vários exemplos que podem ser referenciados, e que dão luz aos *descentramentos*, como a associação do esporte com causas humanitárias *globais* e *locais* (através de ONGs, pela FIFA e ONU, por exemplo) fora de um alinhamento direto aos *nacionalismos* identitários; mas também a luta formalizada das próprias federações nacionais europeias (e a própria UEFA e FIFA) contra o racismo e xenofobia; a promoção do jogo feminino, tal como a inserção da causa gay no desporto, por meio da criação de clubes, campeonatos ou ONGs anti-homofóbicas (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009). Outro exemplo, singular, pode ser dado pelo Sankt Pauli, de Hamburgo (Alemanha). Este clube, desde os anos oitenta, tem-se vinculado cada vez mais com movimentos jovens (como o punk, das ocupações e de reivindicações de liberdades), e se caracterizado por incorporar de forma crescente pautas progressistas como traços da sua identidade e condição de pertencimento. O clube, inclusive por esse posicionamento, acabou virando um *fenômeno cult* e, pela popularidade adquirida, uma *marca* forte no futebol. Se considerarmos, ainda, que os modelos *jovens* do torcer em suas diversas matrizes (*ultra, hooligan, barra brava* ou *torcida organizada*, por exemplo) se combinaram e espalharam pelo mundo em diversas formas, inclusive num movimento crescente de torcidas autodeclaradas *antifascistas*, seria possível vislumbrar o *descentramento* como muito protagonista no universo esportivo que se *globaliza*.

Alguns autores estabelecem relações entre o *descentramento* e o surgimento (ou

[67]Identidades com matéria prima global, e ao mesmo tempo com significados de pertencimento jovem local, relacionados ao orgulho étnico mestiço na região e a luta anticolonial (STEIN, 2014).

ressurgimento) de antigos regionalismos ou nacionalismos locais (GIDDENS, 1991; HOBSBAWM, 1995; HALL, 2004). Dessa forma, poderíamos retomar que, em alguns casos, a *tradição* (e o seu reforço) também poderia representar uma forma de *descentramento*. Nessa linha, o reforço do *catalanismo* a *priori*, poderia ser visto não apenas como o reforço de uma *tradição*, mas também de *descentramento.* Nessa linha também, para Hobsbawm (1995), muitos dos novos e velhos *nacionalismos* (que apareceram, por exemplo, nas antigas Iugoslávia e Tchecoeslováquia, ou mesmo no Norte da Itália), não eram apenas demandas de raízes identitárias mais estritas, mas um reposicionamento de busca de uma "proteção", face às metamorfoses que o mundo vivenciava, e que o formato tradicional do *Estado-nação* não mais atendia:

> O que a política de identidade étnica teve em comum com o nacionalismo étnico de *fin-de-siécle* foi a insistência em que a identidade de grupo da pessoa consistia numa característica existencial, supostamente primordial, imutável e portanto permanente, partilhada com outros membros do grupo e com mais ninguém (HOBSBAWM, 1995: 418)

Assim, expusemos algumas das novas formas identitárias consideradas referenciais no *universo contextual e configuracional* da *globalização*, para a construção dos *grupos* e dos *indivíduos*. É importante pontuar que essas categorias (fragmentadas) são *ideais*, e a percepção neste trabalho é que existem geralmente combinadas (e permeadas) de forma complexa com outros elementos identitários (como nos clubes). Ou elas mesmas convivendo juntas e recombinadas entre si, de diferentes maneiras, como *múltiplas identidades* em *indivíduos* ou *grupos* singulares, expressando-se como referimos anteriormente, através do *jogo das escolhas* e do *jogo das alteridades,* que envolvem os indivíduos no seu cotidiano. São, ainda, modeladas por cada *configuração* que participam, e outras especificidades o que demanda a análise (ao nosso ver) das *identidades* sempre em conjunto com as *experiências* concretas, de forma também descritiva. Nos clubes essas *identidades*, conforme se verá, vivem uma trajetória em que (nos espaços sociais das agremiações) umas são mais proeminentes que outras, são impactadas pelas trajetórias desportivas das entidades, e o *catalanismo*, que se fortalece nos clubes, se associa (ou se confronta) de várias formas com elas.

Vale destacar, ainda, que estas categorias são um recorte de análise entre outras várias possibilidades de problematizações sobre as *identidades*, e que não pretendem (de modo algum) encerrar a discussão ou um método de análise sobre as *identidades* na *globalização.*

4.2 CONFIGURAÇÃO ESPORTIVA: METAMORFOSES DO FUTEBOL NA GLOBALIZAÇÃO

Cenário *multipolar* e *heterogêneo* de disputas: as transformações econômicas no futebol

O futebol sofreu, desde 1970, rápidas transformações, refletindo e interagindo com *metamorfoses* e *integrações* mais amplas que aconteciam pelo mundo na *globalização*. Pode ser visto como dotado de uma *configuração própria* (ou um *universo contextual* próprio) imerso e associado a uma *configuração* maior: das transformações globais. Por isso, a análise da transformação das *identidades* no desporto demanda uma alusão detida ao panorama de algumas mutações do *espaço* esportivo pois, por esta *configuração,* perpassam *matérias primas* para aquelas *identidades* específicas, no interior das comunidades clubísticas.

Segundo Giulianotti e Robertson (2009), a *configuração* esportiva seria demarcada na *globalização* por um crescente jogo dinâmico, *multipolar* e *complexo* de disputas de poder, por ter reunido um conjunto grande de atores heterogêneos que passaram a interligar-se e conflitar, indo desde órgãos de governança internacional do desporto (como a FIFA ou a UEFA[68]), organizações supra estatais e Estados (como a União Europeia, ou os diversos níveis governativos dos países) corporações transnacionais (como a Nike, Coca-Cola, ou BSkyb[69]), e associação de clubes (como o G-14 ou o ECA[70]), as federações nacionais[71], até organizações não governamentais, patrocinadores e agentes locais (como clubes, dirigentes, atletas, empresários, jornalistas e torcedores). Destacar-se-ia, ainda, na estrutura do desporto global, as bases federativas nacionais e continentais (inspiradas e construídas sob os mesmos moldes/ideais dos *Estados-nação*), que dariam sustentação ao poder da FIFA.

Foi em meio a este cenário que o jogo *globalizou-se* e *mercantilizou-se*, atravessado e impactado por formas de integração econômicas *neoliberais*, pelo protagonismo de organismos de governança internacional (como a FIFA) mas também por formas associadas dependentes do aparelho do *Estado-nação*, podendo ser denominadas *neomercantis* (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009).

As disputas e problemas de natureza diversa entre esses vários atores, seriam comuns, tal

---

[68]FIFA: Federação Internacional de Futebol (Fédération Internationale de Football Association), e UEFA: União das Associações Européias de Futebol (Union of European Football Associations).
[69]Um dos principais conglomerados de mídias europeu, de origem britânica.
[70]O G-14 foi uma organização (existente entre 2000 e 2008) dos principais clubes europeus, e que reunia inicialmente 14 clubes (depois 18). Em 2008, após um acordo com a UEFA o organismo foi extinto, formando o ECA (European Club Association), o qual passaria a reunir mais de uma centena de clubes europeus.
[71]Vale acrescentar também os grupos híbridos estatais/privados (magnatas russos e famílias árabes associados ao comércio de bens estatais, como o petróleo).

como: questões financeiras e de calendários envolvendo clubes e seleções, conflitos simbólicos envolvendo incidentes com jogadores estrangeiros em ligas locais, inúmeras denúncias de corrupção ou composições econômicas viciadas (cartéis, oligopólios, crimes econômicos, rede de apostas suspeitas), migrações descontroladas de futebolistas (constituindo-se um mercado global de pés-de-obra) e uma correlata cobrança por respostas estatais na Europa, de forte tradição social-democrata (KENNEDY & KENNEDY, 2016). Seria, aliás, diante desses conflitos, mutações e sua repercussão social, que a Comissão Europeia buscou, de alguma forma, participar da regulação do desporto como, por exemplo, a partir da declaração de Nice de 2000, quando o Conselho Europeu instituiu que os esportes tinham funções sociais para a União Europeia.

No que diz respeito as formas de *neomercantilismo* elas podem ser vista de diferentes maneiras. Um exemplo seria na expansão da *English Premier League* desde os inícios da década de 1990, com a ajuda dos poderes estatais (como no combate aos *hooligans*, ou na aprovação de leis), em associação com grandes canais de TV, patrocinadores e na promoção da liga como um objetivo comum dos clubes (estratégia que a *Bundesliga* tentaria repetir). Outro exemplo possível seria quando *Estados-nação* e confederações nacionais trabalharam em conjunto para promover 'mega-eventos' (como o caso das Copas do Japão-Koreia (2002), Alemanha (2006) e África do Sul (2010)), visualizando interesses convergentes como negócios no deporto, o turismo e mesmo o *soft power* de alguns Estados[72], associados ao futebol.

Nas metamorfoses da *configuração esportiva* global, destacamos cinco transformações que (no decorrer desta pesquisa) consideramos referenciais, atravessadas pelos movimentos de *neoliberalismo* e *neomercantilismo* (neste cenário de disputas multipolares), desde a década de 1970, e que são o pano de fundo (no período) para transformação das *identidades* no desporto: 1) A ascensão do *clube-empresa* e dos *TNCs* (clubes transnacionais); 2) Ascensão do marketing esportivo e do *branding*; 3) A crescente *mobilidade* internacional de atletas; 4) A ascensão das TVs e a *cartelização* de clubes e *ligas* 5) O *endividamento* dos clubes e a relação com os governos.

A ascensão do clube-empresa

A *configuração* esportiva mundial foi influenciada, cada vez mais, pela crescente mercantilização do mundo do lazer, que ocorria desde meados do século XX. Nessa direção, este

[72]Como a Russia de Vladimir Putin, que utilizou o esporte para promover o orgulho nacional no contexto internacional, encorajando oligarcas e proprietários de indústrias a se associarem com esportes, como ocorreria nas Olimpíadas de Sochi, no inverno de 2014, ou no patrocínio de clubes como Zenit, CSKA e Spartak Moscou.

espaço iria vivenciar, cada vez mais também, a ascensão de uma indústria mundial esportiva. Isto ocorria, ainda, em dada sintonia com a ascensão das chamadas políticas econômicas *neoliberais* adotadas (inicialmente) pelos *Estados ocidentais*, que passaram a exigir mais responsabilidade financeira e autonomia da esfera esportiva, e reduzir paulatinamente subsídios dessa área ou diminuir a leniência na cobrança de dívidas com os governos. Por outro lado, os clubes (e as *ligas*) passariam a representar oportunidades potenciais de negócios para investidores e patrocinadores, sobretudo quando ascendem como veículos midiáticos poderosos, em associação com as televisões. Entretanto, apesar de um movimento que ganharia força hegemônica, o *neoliberalismo* no futebol repercutiu e foi incorporado de diferentes formas, conforme a dimensão dos clubes e os contextos locais (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009). Uma das faces do *neoliberalismo* no futebol pode ser constatada pela ascensão do formato *clube empresa* e posteriormente dos chamados *TNCs* (clubes transnacionais).

O paradigma do *clube-empresa* (e dos *TNCs*), é assentado idealmente em relações menos *holísticas*[73], mais profissionais e *individualistas,* no nível administrativo de um clube: nesse sentido um ícone (teoricamente) para ascensão das *identidades ethos-trabalho.* No nível econômico, caracterizado pelo acesso a novas formas de financiamento (de acionistas e/ou de maior variabilidade e complexidade de fontes comerciais), em novas possibilidades da estrutura da sua propriedade e (de acordo com o contexto nacional) nas formas estatais de regulação que passam, os clubes, a serem cobrados. Este modelo passou a ser visto como dispondo de ferramentas importantes (ou imprescindíveis) por clubes de diferentes dimensões, que ainda que não pudessem competir efetivamente em protagonismo contra os "grandes", tinham de incorporá-las como condição mínima de não perder seu *status* esportivo local, (em vários casos) cumprir normativas governamentais, ou foram simplesmente "empurrados" ao modelo, porque começaram a movimentar volumes expressivos de dinheiro, e relacionar-se com empresas midiáticas e *multinacionais*[74]. Neste caso seria, portanto, com forte protagonismo do mundo do entretenimento e comercial, já estabelecido e altamente profissionalizado, que se induziria uma profissionalização e ascensão do paradigma do *clube-empresa* (PRONI, 2000).

O modelo empresarial também se introduziria na forma de organização das novas *ligas*. Esse modelo significou, ainda, novas formas de receber investimento[75], como por meio da venda de ações,

[73]Embora se possa falara também de um novo tipo de holismo sob ideias de formar um "time vencedor", ou algo do gênero.
[74]Vale destacar que alguns clubes já tem um histórico de associação (ou nasceram como propriedade) com empresas, como a Juventus de Turim com a FIAT, o PSV Eindhoven com a Philips ou o Parma com a Parmalat.
[75]Como nas várias formas (e oportunidades) de merchandising, licenciamento e publicidade que passaram a representar produtos com a marca do clube, até as roupas de passeio que usam os atletas.

ou terceirizações dos departamentos das associações esportivas. Ainda, pela associação com patrocinadores (comerciais e esportivos) e pela capacidade de envolver "sócios comerciais" (alguns patrocinadores conjuntos) em consórcios de negócios (MILLER, 2012). Neste mesmo movimento, também, os próprios estádios seriam repensados em seus princípios arquitetônicos, e terceirizados com objetivos de otimizar lucros, e em alguns lugares onde não se tinha a tradição dos estádios próprios (como se teria na Inglaterra, Espanha e Holanda), houve uma inflexão na direção de construí-los (isto aconteceria na França ou Alemanha), embora a transformação dos estádios (construção ou reforma) tenha sido um fenômeno bem disseminado na Europa, sobretudo pós 1990.

Parece razoável, entretanto, imaginar que não se tratou de uma inflexão total na ordem disruptiva entre os modelos de gestão anteriores e novas, para os clubes de toda a *configuração*, acreditando-se que ocorreu antes uma difusão de modelos híbridos na maior parte da configuração esportiva mundial, atendendo especificidades locais. Essa transformação na direção do formato *clube-empresa*, por vezes, acabou por promover também conflitos identitários na ordem prioritária dos objetivos/fim do clube, em torno de três elementos: *lucratividade* (ou *viabilidade* financeira), por vezes colocado como a frente do *desempenho esportivo imediato* e da *representação identitária tradicional* do clube. Essa *metamorfose* nos círculos diretivos dos clubes evidenciava também que este espaço deixava de ser ocupado em muitos lugares, paulatinamente, por membros da *comunidade tradicional* do clube (e de *práticas tradicionais estabelecidas*, ali, de gestão), e passavam a ser geridos por profissionais, às vezes por proprietários ou acionistas sem vínculos anteriores com os clubes e com sua região sede, muitas vezes trazendo outra *ordem de prioridades*, *identidades* e/ou de *saberes* para o clube (GIULIANOTTI, 1999).

Nessa trajetória, Kennedy e Kennedy (2016) destacam que ascenderiam instituições promovendo a referida *cultura corporativa* e mais pautada na ciência (o que associaríamos com o que chamamos de *identidades ethos-trabalho*) no campo esportivo. Envolveria os círculos protagonistas da comunidade esportiva, e promoveria conferências mundiais[76]. Foi também nesse contexto que surgiria algo como um "ecossistema" de empresas sofisticadas, especializadas em tratar de partes específicas da indústria do futebol mundializado, como: arquitetura e construção de novos estádios, gestão de direitos televisivos (como a *Octagon*), consultoria (como a *Ernst Young*, *KPMG*, *Deloitte* ou *PwC*), análise detalhada do desempenho esportivo de atletas (como *Amisco* na França ou a *Prozone* na Inglaterra).

Kennedy e Kennedy (2016) revelariam muita desconfiança quanto ao *encaixe* do futebol na

[76]Como o Football Business Expo, o Soccerex, ou centros de saberes mais especializados sobre o futebol, interligando-se com universidades respeitadas e publicações acadêmicas em circuitos globais

economia *neoliberal*, apenas orientado e *encaixado* dentro da *ética do trabalho* (pela ciência e pelo dinamismo do "livre mercado", ou que o que chamamos *ethos-trabalho*). Primeiro, pelo futebol na maior parte dos casos não se revelar (a princípio) como uma atividade lucrativa[77]. Segundo, pelas suspeitas e denúncias de crimes econômicos (potenciados pela falta de transparência, e o vínculo com políticos e empresários locais, poderosos). Terceiro, porque alguns grupos (que injetaram volumes consideráveis) se aproximaram do futebol ainda com interesses mais para obtenção de publicidade para outros ramos da sua atuação, e/ou obter mais capital político/social (do que financeiro) com objetivos de inserção nas sociedades ocidentais. Ou ainda, para ser "bem" reconhecido pelo ocidente: um caso referencial seria o Catar, o qual investiria muito no esporte (e será a sede da Copa do Mundo de 2022) em uma clara estratégia de *soft power* internacional, associando-se diretamente a clubes como o Paris Saint Germain ou *FC Barcelona*. Miller (2012) chamaria a atenção que o futebol globalizado se tornou um espaço muito favorável para a lavagem de dinheiro, considerado as débeis regulações e o fluxo volumoso de capital, interfronteiras, que possibilita. Neste contexto, outros problemas poderiam ser associados à própria lavagem de dinheiro no desporto como a corrupção, a venda de jogos para máfias de apostas[78], tráfico humano (inclusive de crianças, potenciais atletas), narcotráfico e delitos tributários. Ainda, Kennedy & Kennedy (2016) criticariam a ascensão de empresários internacionais (na esteira da "bolha esportiva") que pouco contribuiriam com os valores "nobres" consagrados pelo desporto, como o israelita Pini Zahavi, o uruguaio Juan Figer, o iraniano Jia Koorabchian, ou o inglês Paul Stretford.

Historicamente o modelo *clube-empresa* teria ascendido primeiro com os esportes estado-unidenses (futebol americano, beisebol e basquete, por exemplo), e mesmo anterior à década de 1980, numa associação relacionada a própria cultura patriótica americana e a ética do trabalho/consumo no mundo do *lazer*, formando o que seria o *modelo americano*: o esporte organizado diretamente em

[77]Nessa perspectiva, Kennedy e Kennedy (2016), afirmariam que boa parte do excedente no futebol (na globalização) passou a servir ao pagamento de salarios. As empresas de patrocínio e mídias se encaixariam bem na indústria do esporte, mas a acepção do clube futebol como empresa plena seria equivocada. Os clubes passariam a orientar-se como empresa, mas dificilmente conseguiriam gerar excedentes de forma constante e como fim principal. Além disso, os clubes não teriam muito controle sobre a força de trabalho, e conflitaria muito com o que seria o seu público consumidor que seria heterogêneo (torcedor). Além disso, estes poderiam periodicamente reivindicar posições de mando no clube, e tentam exercer, ou influenciar, sua trajetória administrativa.

[78]Neste particular, destacam-se as denúncias do goleiro do Liverpool, Bruce Grobbelaar, acusado de combinação de resultados nos inícios do XXI. Nesta mesma época, denúncias no Campeonato Brasileiro de Futebol, envolvendo um árbitro, em 2005. Ligas asiáticas do sudeste e leste, onde o problema seria mais crônico. O escândalo do Calciopoli (em 2006, que resultaria no rebaixamento da Juventus), e outras ligas e campeonatos (mais ou menos no mesmo período) como o Polonês, o Grego, de países do leste europeu, tal como de níveis inferiores do campeonato alemão (MILLER, 2012).

bases comerciais[79]. Os esportes mais populares em geral, os olímpicos e a Fórmula 1 teriam incorporado em alguma medida também esse formato, já na segunda metade do XX. Enquanto isso, na Europa, no futebol surgiria o *modelo europeu*: os clubes desde a década de 1960 sofriam pressões para se tornarem mais racionais e organizados, mas para serem mais competitivos e atenderem as suas torcidas: não havia ainda associação com os conglomerados midiáticos ou grandes patrocinadores. Desde a Copa do Mundo de 1970 *multinacionais* e *transnacionais* como a Adidas, a Coca-Cola e redes de TV passariam a ver no futebol um parceiro importante para alavancar seus negócios. Os clubes europeus, entretanto, permaneceriam no interior do amplo sistema de organização e valores (tradicionais do esporte amador) em que FIFA e UEFA (e as federações locais) seriam o topo e o "ideal", ou seja, não eram pautados diretamente pelo modelo em que um dos fins principais seriam os lucros (como o *modelo americano*).

Inicialmente, houve adaptações locais dos modelos mais mercantilizados de gestão dos clubes e, para tal, os governos locais jogaram papel fundamental. Seria na Itália um dos marcos da instituição do *clube empresa* no futebol europeu. Aí os clubes foram convertidos em sociedades de ações, ainda em 1966. Este era um contexto em que o governo italiano passou a fiscalizar mais, exigir um perfil mais racional e empresarial dos clubes, e ser menos conivente com as dívidas deles e com as denúncias de corrupção. Nos inícios da década de 1980, nova inflexão: o governo italiano aprovaria uma outra legislação para os clubes (lei da *Societá per Azioni/SpA*), obrigando todos os clubes das duas divisões principais a transformarem-se em sociedades acionárias, dando também mais autonomia para se organizarem, inclusive como ligas e como empresas (ou propriedade destas), buscando a "moralização" e maturidade do desporto em termos administrativos. Autorizaria, ainda, publicidade nas camisas e voltaria a permitir a contratação de um estrangeiro (logo ampliada para dois), após 14 anos de bloqueio ao mercado estrangeiro (essa medida tinha visado o fortalecimento do futebol local).

Por outro lado, entre os ingleses desde fins do XIX há notícias de que já havia clubes no formato de empresas com balanços publicados, ações (mas não na bolsa de valores). Em 1923 muitos eram registrados como "sociedade de ações", e desde meados do XX já existia o sistema liberal de movimentação de jogadores e o fim do teto salarial (este último na metade de 1960). Nos inícios da década de 1980 houve aprovação pela remuneração de dirigentes. Já em 1983, o *Tottenham Hotspur* seria pioneiro a lançar ações em bolsas e em 1991 o *Manchester United*, seguindo-se entre 1996-97

[79]Ferran Soriano (2010), no entanto, alertaria que o esporte americano de excelência tinha bases muito mais no consumo e espetáculo, do que o europeu, pois nesse o pertencimento clubístico seria proeminente e entrelaçado com o consumismo e o esporte espetáculo. Vale lembrar também que a base do esporte estado-unidense sempre foi seu estímulo em bases escolares, e sua alta promoção no ensino universitário.

uma grande guinada nesse sentido, atingindo 23 clubes dos 92 *clubes empresas* no país (AIDAR & LEONCINI, 2002). Ainda nos inícios da década de 1990, na Inglaterra, haveria uma série de modificações impulsionadas pelo governo (reforma dos estádios, proibição da assistência em pé das partidas, modificação da legislação dos clubes) que ocorriam paralelas a formação da liga inglesa, conduzida por princípios mais afinados com a ética do negócio e associadas a gigantes da mídia (e ao seu patrocínio) como a *BSKyB* do grupo Murdoch[80], e a BBC. Essas transformações aconteciam num contexto de reformas liberais e políticas de "Estado mínimo", enfrentamento com organizações populares e desmantelamento de sindicatos, promovido pelo então governo de Margareth Thatcher (1979-90). Mas foi também uma época de tragédias em estádios (Bradford e Heysel em 1985, e Hillsborough em 1989), seguido de "caça" ao hooliganismo a quem se atribuía a culpa (e cujo núcleo formativo era invariavelmente popular), e posteriormente pelo promoção do chamado *Relatório Taylor* (após tragédia de Hillsborough), que impôs reformas nos estádios (visando e justificado por conforto, segurança e "polidez"), consagrando um tratamento aos torcedores abertamente sobre a ideia equivalente à de clientes. Para realizar aquelas reformas muitos clubes se associaram a parceiros financeiros que, em contrapartida, exigiram estruturas mais empresarias nos clubes (AIDAR & LEONCINI, 2002). Este contexto também inaugurou o encarecimento dos ingressos e transformação do público esportivo para um perfil economicamente mais alto. Em 1988/1989 a principal divisão inglesa registrava uma média de 16,9 mil assistentes no torneio (cujo núcleo principal advinha da classe trabalhadora masculina), e em 2008/2009 atingia a média de 35,6 mil pessoas (uma das maiores taxas de ocupação de estádios no mundo), arregimentando, principalmente, um público de classe média. Neste momento teria um dos maiores faturamentos nas bilheterias e no consumo do dia de jogo, dentro do futebol (MILLER, 2012) e uma das principais referências mundiais.

Na Bélgica e França, os clubes tinham uma tradição organizativa como associações sem fins lucrativos (*ASBL: Association Sans But Lucratif*). Nessa região os clubes são, historicamente, muito dependentes do Estado (especialmente em suas instituições locais), seja por subsídios diretos ou pela construção dos estádios (pelos governos da região) com a dispensa de pagamentos de taxas de uso. Paulatinamente os governos foram se desvinculando desses subsídios com a *globalização* do desporto. Nesse processo, foi dada liberdade aos clubes para encontrarem suas próprias soluções econômicas surgindo uma variedade de diferentes novos modelos.

Na Bélgica (e outros lugares da Europa), novos investidores foram incorporados em meados

[80]Grupo de propriedade de Rupert Murdoch, que reuniria um conglomerado mundial de mídias. Murdoch vinha de uma família que tinha negócios na área das comunicações na Inglaterra. Se notabilizaria por adquirir as redes Twentieth Century Fox (1985), HarperCollins (1989), e The Wall Street Journal (2007), além de grupos de comunicação na Ásia, América do Sul perfazendo um conglomerado de 800 empresas em mais de 50 países.

dos 1990. Inicialmente, não podiam buscar benefícios financeiros nos clubes de forma direta (pelo modelo formal dos clubes), mas puderam conjugar atividades subsidiarias para acumular lucros. Portanto, seguiu-se uma época em que os clubes dependiam muito das habilidades dos novos investidores em mobilizar fundos, enquanto subsídios públicos eram cortados. Essa trajetória desembocaria na criação da figura da *Société Anonyme* na Bélgica, num movimento em que o poder decisório dos clubes foi passando dos membros associados para executivos, diretores remunerados profissionais e um corpo de acionistas investidores. Na Bélgica, houve também diferenças num maior ou menor suporte dos clubes pelas autoridades locais: na Valônia, os governos foram mais intervencionistas e prestativos com os clubes, diferente de Flandres onde se evitou esse suporte (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009). A década de 1990 em diante representou um grande êxodo dos melhores atletas para grandes centros europeus, o que contrasta com as décadas de 1970-80, quando o país tinha um campeonato de referência na Europa.

Na França a trajetória tomada foi um pouco diferente, para concentrar e centralizar decisões. Nessa trajetória uma lei governamental, ainda em 1984, criou a figura das *Sociéte Anonyme à Objet Sportif* (*SaoS*), que forçou os clubes com orçamentos anuais maior que 2,5 milhões de francos a constituírem companhias de ações (em substituição às *ASBL*). Os clubes que adotaram o *SaoS* eram companhias públicas, com a prerrogativa de preservar seu espírito esportivo de associações originais da época em que essas haviam sido criadas. Alguns clubes *SaoS* tinham que pelo menos assegurar 33% das ações da companhia (e podiam indicar diretores), uma estipulação que permitia continuar a receber subsídios do Estado. Os acionistas não tinham permissão de receber dividendos e cada membro possuía o direito de participar de encontros gerais anuais, promovendo-se, assim, um caráter democrático e a preservação de mando do núcleo social de origem dos clubes. Em 1999, uma nova modificação criaria a figura da *Sociéte Anonyme Sportive Professionele* (*SaSP*), que tal como no caso Belga, buscava atrair investidores e sem a necessidade do núcleo de membros originais em deter 1/3 das ações. As *SaSP* também já podiam pagar dividendos aos acionistas e o quadro de diretores podiam ser remunerados. Em geral, na França houve modelos que misturaram investidores privados, associação de torcedores e autoridades locais. Aí também houve uma tradição coletivista de distribuição das receitas entre os clubes, mas a "*exception culturelle*", seria profundamente afetada nos inícios do XXI, quando uma nova legislação obrigou determinados clubes a se transformarem em empresas (de acordo com a sua dimensão) quando permitiu-se, também, o *Olimpique de Lyon* a tornar-se o primeiro clube francês a lançar suas ações na bolsa (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009; SIMÕES, 2016). Apesar disso os clubes permaneceram sob estrito controle e regulação do governo e da *Fédération Française de Football* (*FFF*) (em comparação a outros países europeus). A

FFF podia, então, outorgar as licenças, interferir nos clubes (rever contratos de atletas, proibir negociações e rebaixar equipes constantemente inadequadas) e obrigavam a manter-se uma contabilidade pública da entidade (MILLER, 2012).

Na Alemanha, até 1998, os clubes eram associações registradas de voluntários (sem fins lucrativos), com conselhos eleitos democraticamente por sócios ("*Eingetragener Verein*"), mas a partir daí, a legislação adotou o formato 50%+1: ou seja, os clubes podiam ter opcionalmente até 49% das suas ações no mercado. Desde então houve o surgimento de modelos híbridos com mais ou menos participação dos conselhos, terceirizações de departamentos atores privados ou empresas parceiras de acordo com casos específicos. Mas a tradição alemã (de forma parecida com o que ocorreu na França, e diferente de Itália, Inglaterra e Espanha) se caracterizou por forte regulação dos clubes, por meio de outorgas (e renovação) das licenças de clubes, com análises dos balanços entre as temporadas (MILLER, 2012). Na Alemanha, os torcedores-sócios permaneceram com destacada voz ativa dentro dos clubes ("*FußballKultur"*), modelo que orgulharia os torcedores locais, e inclusive este foi um fator da manutenção dos ingressos e planos de sócios mais baixos dentro do cenário europeu da globalização[81]. Posteriormente, alguns dirigentes passaram defender uma maior liberalização do modelo 50%+1 sob a justificativa de atrair mais investidores e tornar-se tão competitiva como outras ligas europeias (KENNEDY & KENNEDY, 2016). Em termos de protagonismo na Europa, fora o Bayern de Munique, muito clubes sofreriam a concorrência e perda de jogadores para outros clubes europeus desde a década de 1980. Já a DFL ("*Deutsche Fußball Liga"*), criada em 2001, passou a gerir os contratos de TVs (abertas, públicas e privadas), buscando um modelo mais voltado para os torcedores em campo e manutenção dos espaços em pé ("*Stehplätze"*), e com menos disparidades nas fatias da televisão, recebidas por cada clube[82].

O modelo sueco viveu trajetória parecida com a alemã, mantendo a tradição representativa e multiplural do "*Verein"*, apesar de mudanças em meados dos 90. Neste momento, o governo da "*Riksidrottsforbündet"* (Confederação Sueca de Esportes) formalizou o modelo das companhias limitadas. Posteriormente (2013) houve tentativa de liberalizar mais, mas houve forte reação de um

[81]Nesse contexto o RB Leipzig, que adquiriu a licença do antigo SSV Markrastadt em 2009, e era de propriedade do Red Bull, sofreria várias hostilidades por representar o modelo Verein, de forma artificial (com acionistas arranjados para adequar-se ao formato). O Red Bull, empresa de energéticos do austríaco Dietrich Mateschitz, expandiria seus investimentos dentro do esporte com o Red Bull Salzburg (2005), o New York Red Bulls (2006), o Red Bull Brasil (2007) e Red Bull Ghana (2008). Em 2004, Mateschitz, já havia adquirido a equipe de Formula 1 Jaguar Racing da Ford, renomeando para Red Bull Racing. No ano seguinte, compraria em sociedade com Gerhard Berger a equipe Minardi, rebatizando-a de Scuderia Toro Rosso. Ele também possui uma equipe na NASCAR desde 2004, chamada Red Bull Racing, adquirida da Jaguar Racing.

[82]Houve em 2001, também, uma ampla reforma no futebol alemão. Em 2001 a federação DFB (Deutscher Fußball-Bund) construiu vários campos pelo país, e instituiu as academias para formação de jogadores, gerenciada localmente pelos clubes, com regulações, normativas e raios de atuação para prospectar e formar atletas (MUNDO AFORA, 2015).

movimento de torcedores. Na Noruega, onde a tradição representativa não é tão forte (embora houvesse a estrutura das associações), aconteceu uma inserção mais acentuada dos interesses mercantis, a partir dos inícios de 1990, com terceirizações de departamentos dos clubes, em um sistema de governança dual (investidores e sócios). O modelo austríaco também veria uma reconfiguração do modelo "*Verein*" na década de 1990. Mas neste caso, houve casos de uma entrada frontal dos interesses comerciais nos clubes (apesar da manutenção formal do modelo "*Verein"*), inclusive com a mudança de nomes tradicionais (como o *SV Austria Salzburg*, que passaria a chamar *Red Bull Salzburg*). Outros clubes também apenas terceirizaram seus departamentos de futebol (como na Alemanha ou Suécia), mantendo a gerência pelos membros-sócios e com associações menos comprometedoras financeiramente com patrocinadores e investidores (KENNEDY & KENNEDY, 2016). Na Holanda, a federação local passou a exigir licenças dos clubes em 2010 que atestassem sua sustentabilidade econômica, mas o único clube com ações em bolsa seria o *Ajax*, embora *Feyenoord Rotterdam* e *PSV-Eidhoven* tenham adquiridos patrocinadores fortes (MUNDO AFORA, 2015).Em Portugal, desde 1998 vários clubes adotariam o modelo SAD (sob a justificativa de promover\ gestões mais dinâmicas) com destaque para o Sporting, Porto e Benfica, mas os altos débitos, a má gestão de receitas e denúncias de corrupção tenderam a continuar (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009). Vale notar que, em geral, os clubes principais de Portugal se especializaram como porta de entrada de jogadores para os grandes clubes europeus.

O modelo *clube-empresa* se disseminaria por outras partes da Europa e por boa parte do mundo (em outras ligas menores), e as TVs se associariam cada vez mais com o esporte transformando-o em um destacado produto cultural de entretenimento de massas, tal como já havia ocorrido no esporte estado-unidense.

Nos Estados Unidos houve uma nova tentativa com a *MLS* em 1996 (já havia ocorrido uma tentativa com a NASL, em 1968), interligada com o futebol escolar e universitário (que é forte nos Estados Unidos) por meio do sistema de *drafts*. A *MLS* destacou-se por um modelo altamente profissional e corporativo, baseada na propriedade da *Liga* (sem acesso e descenso de equipes) e dos clubes-franquias (três divisões), com teto de salários, regulamentações (que impedem quebras de contratos, e "roubos" de atletas entre as equipes), receitas coletivizadas sobre a TV, merchandising e marca, além de estímulos e subsídios por instituições do desporto (PRONI, 1998; MUNDO AFORA, 2015). Aí, a popularidade do esporte vem crescendo nos últimos anos, sobretudo pela força da comunidade latina e hispânica no país. Atletas consagrados mundialmente, tem também sido já recrutados pelos clubes (como o inglês David Beckham, o sueco Zlatan Ibrahimovic ou o brasileiro Kaká, mais recentemente). As agremiações também oferecem seus espaços para ensino e prática do

futebol, como atividade esportiva comercial.

No México o modelo com franquias (e da autorização da multipropriedade) ascendeu com força. Apenas um clube, entre os 18 mais importantes, havia mantido a estrutura tradicional de associação de sócios até 2009, existindo agremiações de propriedade de grandes conglomerados midiáticos, que inclusive compravam os direitos de transmissão do torneio[83]. Esse modelo também levantaria várias suspeitas de combinação de resultados. Em 2012 (já num clima de reformulação) criou-se a *Liga MX*, desligando a federação nacional da organização do torneio. Os direitos das transmissões têm, também, a tradição de serem vendidos unilateralmente. O México constituiu um modelo em que os jogadores estrangeiros tiveram bastante espaços nos clubes, chegando a representar quase 40% nas equipes em 2018 (ABEL, 2018). Nestes torneios houve tentativas de promover atletas locais mais jovens (ABEL, 2018), mas eles continuariam tendo poucas oportunidades havendo denúncias de cobrança de pagamentos (ou outro tipo de favorecimentos) para jogarem nas equipes. A inserção disseminada de capital privado e propriedade particular nos clubes mexicanos fez com que alguns mudassem de cidades sede (MASCARENHAS, 2019). A liga mexicana participou de algumas edições da Taça Libertadores da América (de 1998 a 2016), mas em 2017 tentaria uma integração com a MLS americana (e seria mais vista nos Estados Unidos do que a própria MLS, além de ter muitos jogadores lá), e recentemente também se cogitava a inserção de clubes estado-unidenses e mexicanos numa "grande" Taça Libertadores da América.

Na América do Sul, a inserção dos clubes na lógica do negócio ocorreu em meio a sociedades historicamente com altos índices de desigualdades sociais e subdesenvolvimento. Aí a corrupção dos dirigentes (além da permanência gestões amadoras), seria um problema estrutural, disseminado e de um passado remoto, que atrapalharia muito as demandas dos clubes na *globalização*. O endividamento dos clubes sul-americanos promoveu, também, um cotidiano comum de atraso de salários, inclusive com greves na Argentina, Chile e Uruguai. Um dos grandes problemas, recorrentemente levantado, foi a instauração periódica da prática da venda dos principais jogadores para os clubes europeus, que (por meio da neoliberalização dos mercados) adquiriam talentosos jogadores sul-americanos por preços comparativamente baixos em relação aos seus equivalentes locais. Assim, frequentemente se afirma que a região (tal como a África) adquiriu a função de apenas fornecer os melhores "pés de obra" para a indústria de espetáculo global centralizada em grandes clubes europeus. A infraestrutura (em geral) ruim, com muitos estádios defasados, falta de

[83]Neste país houve a aquisição do *Clúb de Fútbol América* pelo maior grupo de mídia local (e um dos maiores, mundialmente), a Televisa além da chinesa Huawei, enquanto o Atlas e o Moriela foi adquirido pela TV Azteca. Já Carlos Slim, um magnata mexicano (dono da FOX) seria proprietário dos clubes Pachuca, León e Mineros de Zapatecas

investimento nas categorias de atletas mais jovens (ou na grande massa de clubes menores), monopólios de mídias (como a *rede Globo* no Brasil, ou o *Clarín* na Argentina) além da violência urbana seriam outros problemas estruturais do futebol sul-americano, para melhor *encaixar-se* na *globalização*. O modelo privativo foi introduzido no Brasil (desde 1990), mas em moldes opcionais e pouco foi adotado. Também foi inserido na Venezuela e Paraguai. No Chile, foi introduzido em 2005 nos moldes de *sociedades anônimas*, num contexto de falência de um dos principais clubes, o Colo-Colo. Aí instaurou-se também um monopólio dos direitos televisivos pelo canal CDF em 2004 (criado pelos clubes). Na Argentina, prevaleceu o modelo associativo (com opção desde 1999, de adotar o modelo privado) apesar de tentativas de implantar o modelo obrigatório de *sociedades anônimas* e de "modernização" (em 1999 e mais recentemente em 2017). De forma geral, ainda que alguns clubes tenham implantado o modelo de clube privado, na América do Sul tal modelo foi rejeitado na maioria dos clubes e países (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009).

No extremo oriente, as transformações se caracterizaram por uma incorporação peculiar dos princípios neoliberais, com muitos clubes sendo adquiridos por corporações e não por magnatas individuais. Nesse cenário, no Japão a liga nacional foi fundada por empresas em 1965. Em 1993, o país inauguraria a nova *J-League*, com clubes assumindo nomes de localidades (reproduzindo a tradição europeia e sul-americana), mas mantendo-se a propriedade dos clubes nas corporações. Na Coréia do Sul, ascenderia a *K-league*, em 1983 (MUNDO AFORA, 2015), quando o governo pressionou as companhias a criar um sistema de liga profissional. Dos 14 maiores clubes, nove seriam de propriedade de companhias (como Hyunday, POSCO ou Samsung), em um contexto de boom econômico do próprio país, enquanto outras cinco foram formadas e pertenciam a governos locais (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009). Já nos sistemas pós-socialistas, os clubes anteriormente bancados pelo Estado tenderam a adquirir e funcionar por laços comerciais. Assim, no Vietnã acompanhou a privatização da metade dos principais clubes no decorrer da década de 1990[84].

Já na Austrália, ascenderia a *A-League* (2005), um modelo consolidado de times-franquias (inclusive com uma equipe da Nova Zelandia), com limitação de clubes por cidade, locação dos estádios (utilizados para o *rugbi* ou *futebol australiano*), e gerenciamento pela federação nacional local. Na China, o futebol (esporte) historicamente minoritário[85], passaria a receber grandes incentivos do Estado (e de empresas que queriam agradar o governo). Em 2004 fundou-se aí uma

[84]Por exemplo, o time da Companhia Ferroviária foi adquirido pela "Ásia Comercial Bank", a "Vietnam Airlines" passou a patrocinar o time da Polícia de Hanói, enquanto o time da polícia de Ho Chi Minh foi comprado pela "East Asia Bank".
[85]O esporte era preterido em favor de outros esportes olímpicos, no subsídio do governo, e o jovens atletas evitavam o desporto em favor dos estudos, porque não havia plano previdenciário senão os jovens cuidarem financeiramente dos mais velhos, mais tarde (o que o esporte poderia atrapalhar nesta tarefa).

Superliga, reformulada pelo governo em 2011/2012, devido a denúncias de corrupção. Desde então o governo segue promovendo com ênfase o fortalecimento da sua *Liga* (inclusive com contratações de atletas renomados mundialmente) (MUNDO AFORA, 2015; SIMÕES, 2017). Na Índia (país cuja tradição forte é o críquete) a mercantilização dos clubes e reformulação da *I-League* a partir de uma empresa nacional em parceria com um grande conglomerado internacional, promoveria uma cisão em dois torneios, em que novos clubes-franquia ameaçavam suplantar os clubes antigos, ligados às tradições das localidades (SIMÕES, 2017).

No leste europeu, em Estados pós-socialistas (depois de 1990) houve diferentes soluções, seja com os clubes sendo mantidos por organismos estatais, ou muito deles sendo privatizados[86]. Na Rússia e URSS, com tradicionais disputas envolvendo clubes provenientes de variadas regiões e instituições estatais[87], as rivalidades e campeonatos foram reconfigurados[88] (nacionalizados), os pertencimentos clubísticos enfraquecidos, houve diminuição do simbolismo/lealdade nos clubes locais com a abertura da região, e houve a aquisição de alguns clubes por emergentes magnatas locais, a partir dessa época[89]. Os anos 1990, também, acompanhariam um grande êxodo de jogadores atraídos por melhores oportunidades em mercados do ocidente, a queda do público nos estádios, a ascensão do *hooliganismo*, e o enfraquecimento do selecionado russo (MUNDO AFORA, 2015).

Houve, ainda, adaptações locais*,* mais uma vez, também na reação dos governos no processo de inserção dos clubes a lógica do futebol negócio, seja impondo leis (ou não) para promover o *clube-empresa,* cobrando dívidas fiscais ou oferecendo moratórias e parcelamentos. De todo modo, outros fatores ainda seriam protagonistas para além da lógica financeira, e do ideal *burocrático*, na *globalização* dos clubes: a *globalização* do futebol foi muito demarcada, em várias partes, por pessoas que buscavam mais um retorno de status ao seu investimento financeiro, como várias peculiaridades, não podendo se falar de uma instauração plena e geral do livre mercado no desporto em termos do formato corporativo administrativo dos clubes (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009). O caso da

[86]Fora o Lokomotiv de Moscou ligado a companhia ferroviária, todos os clubes de Moscou foram privatizados. Na Romênia, o Dínamo Bucharest permaneceu sob a tutela do Ministério do Interior, enquanto que o Steua Bucarest tornar-se ia privado.

[87]Como o Dínamo de Moscou, ligado a polícia secreta, o CSKA de Moscou, ligado ao exército (que teria grande aporte de capital privado após 2000, embora ainda com boa parcela de ações dos militares), e o FC Zenit de Moscou, ligado a indústria de metais. O Spartak Moscou seria o clube ligado ao sindicato dos trabalhadores, herdando uma certa simbologia de "clube do povo" e até de subversão e liberdades, já que sempre esteve mais alheio das instituições estatais. Nos dez primeiros anos de Rússia pós-socialista, venceria 9 dos 10 torneios, demonstrando um bom encaixe com a nova ordem capitalista (MUNDO AFORA, 2015).

[88]Por exemplo, com a saída do Dínamo de Kiev (Urânia) e do Dínamo Tbilisi (Geórgia).

[89]Como Roman Abramovich (Sibneft/Gazprom) no CSKA, de Alexey Fedorichev (Fedcom) no Dínamo de Moscou (depois adquirido pelo banco russo VTB), da Gazprom (Abramovich) no Zenit de São Petersburgo, do magnata do petróleo Leonid Fedun, desde 2003 proprietáro do Spartak de Moskou ou de Suleiman Kerimov no Anzhi (República do Daguestão).

Espanha é analisado detidamente no subcapítulo *Configuração esportiva e a transformação da sua estrutura*.

Clubes Transnacionais: *TNCs*

Entre 1990 e a primeira década do XXI, um seleto grupo de *clubes-empresa* europeus de repercussão global, experimentariam uma nova inflexão e seriam alçados ao que poderia ser entendido como *Clubes Transnacionais* (*TNCs*)**:** *FC Barcelona*, *Real Madrid, Manchester United*, *Bayern de Munich*, *Juventus, Paris Saint Germain, Chelsea* (estes últimos dois mais recentemente) poderiam ser apontados como alguns deles.

De forma geral, as *TNCs* seriam definidas como organizações voltadas para o lucro num plano mundial de atuação (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009). Em 2009, as *TNCs* estariam presentes em 60 % do comercio global. Os clubes *TNCs* seriam também clubes caracterizados pela abrangência mundial de seus interesses econômicos, com grande fluxo de investimento estrangeiro, com a formação de uma *estrutura corporativa* complexa na gestão (*identidades ethos-trabalho*), pela captação de jogadores por todo o planeta e ainda, pela consolidação da sua marca própria em uma escala global. Para Giulianotti e Robertson (2009) costuma-se, também, distinguir três tipos de *TNCs* ideais: 1º) as *corporações etnocêntricas*: controladas por uma base administrativa eminentemente caseira e centralizada; 2) as *corporações policêntricas*: possibilitam certo controle e autodeterminação em níveis locais pelo mundo, mas com uma margem central previamente definida; 3) *os empreendimentos geocêntricos*: controlados por administradores moveis globais, que podem ser interpretados como constituintes de uma classe capitalista transnacional. Os clubes protagonistas na *globalização*, vistos como TNCs, apresentariam geralmente algumas características *policêntricas* e *geocêntricas*, mas o viés *etnocêntrico* predominaria: por exemplo, uma das maiores fontes constituídas de receitas deles seriam provenientes do chamado do *matchday* (e valores dos associados), de bases extremamente locais, o que motivaria (de forma geral) estratégias combinadas de exploração de receitas no par *local/global* (FORT, 2012). Por isso, também, passaram a investir no conceito de arenas multiuso ou na reforma dos seus estádios, a fim de otimizar as receitas junto ao público local (embora o movimento de reforma/construção de estádios, na globalização, seja mais disseminado). As marcas dos clubes *TNCs* teriam, então, estratégias e forte apelo (e associação) com o público presencial localmente. Por outro

lado, algumas experiências crescentes fora da cidade sede passariam a ser tentadas[90], como amistosos de pré-temporada, finais de torneios em cidades estrangeiras, tal como o estabelecimento de firmas de marketing na Ásia e na América do Norte (e *conectividade* possibilitada pelas novas tecnologias), lugares considerados potenciais de crescimento e já com bases expressivas de torcedores nessas regiões (considerado o Ocidente um local saturado, e mais difícil, para disputa de mercados consumidores).

Uma característica *geocêntrica* destacada nos clubes *TNCs* poderia ser observada na transformação das propriedades dos clubes europeus: houve um crescimento e grande concentração de proprietários estrangeiros sobre os clubes europeus, notadamente na Inglaterra[91], embora uma segunda classe de clubes para investimento também emergissem no Catar, Arábia Saudita, Japão, Ucrânia, Grécia, Rússia, China e Estados Unidos (SIMÕES, 2018). A aquisição de clubes foi realizada, em várias partes, muitas vezes por magnatas ou grupos de investidores de proveniência diversa que, por várias vezes, também investiam em jogadores[92]. Nessa perspectiva, Kennedy e Kennedy (2016) destacam o papel de magnatas estado-unidenses que já possuíam clubes nos Estados Unidos, adquirindo maioria de ações em vários clubes ingleses a partir dos inícios do XXI[93], e também na Itália[94]. Outros magnatas do petróleo, sheiks ou bilionários em geral também se

[90]Como, por exemplo, as finais da Supercopa da Itália, realizadas fora do país: na Líbia (2002), nos Estados Unidos (2003), na China (2009, 2011, 2012 e 2015), no Catar (2014 e 2016) e na Arábia Saudita (2019). Seguindo por essa mesma estratégia, a Supercopa da Espanha teve a sua final de 2018 no Marrocos, e a La Liga realizaria uma partida do campeonato nos Estados Unidos (2018, entre FC Barcelona e Girona).

[91]Segundo Simões (2017): "Dentre os considerados 29 grandes investidores dos 20 clubes da Premier League 2016-2017, apenas 11 são ingleses. Dentre os 18 estrangeiros, estão investidores dos EUA (6), Rússia (3), China (2), Irã, Egito, Tailândia, Emirados Árabes, Suíça, Itália e Noruega. Na divisão de acesso ainda se encontram chineses, malaios, indiano, italianos e kuaitianos."(SIMÕES, 2017: 100).

[92]Segundo Simões (2016; 2017): "São magnatas russos, monarcas árabes, bilionários tailandeses e malasianos, barões do petróleo estado-unidense, comerciantes de armas indianos, empresários chineses e todo tipo de mega-investidor que estão totalmente alheios à realidade do clube, da torcida e muitas vezes ao próprio futebol.". Muitas vezes a intenção não é também lucrar com o jogo, mas infiltrar-se nas economias desses locais a partir dos clubes (e seu poder agregador na elite local) e aí promover novos negócios.

[93]Malcolm Glazer, proprietário do Tampa Bay Bucaneers (NFL), obteve o maior parte das ações do Manchester United, em 2005. Em 2006, Randy Lerner, proprietário do Cleveland Browns (NFL), adquiriu o Aston Villa. O Liverpool FC teve, em 2007, George Gillet proprietário do Montreal Canadiens (NHL) e Tom Hicks, proprietário do Texas Rangers (MLB) como acionistas majoritários. John Henry, acionista majoritário do Boston Red Sox (MLB), sucederia eles em 2010. Stan Kroenke proprietário do St Louis Rams (NFL), Colorado Rapids (MLS) e Denver Nuggets (NBA), adquiriria o Arsenal FC em 2011. Shahid Khan, proprietário do Jacksonville Jaguars (NFL), compraria o Fulham FC em 2013 (KENNEDY & KENNEDY, 2016).

[94]Thomas DiBenedetto, sócio do Boston Red Sox (MLB), tornou-se acionista majoritário como no AS Roma, em 2013. Em 2014, Erick Thoir proprietário do DC United (MLS) se tornaria o principal acionista do Internazionale (KENNEDY & KENNEDY, 2016).

aproximariam do futebol como proprietários majoritários de ações ou patrocinadores destacados[95]. Alguns clubes também buscaram acordos ou compra de outros clubes em mercados considerados potenciais, como os clubes ingleses na China, por exemplo. Ou, ainda, estratégias interclubes visando a formação e treinamento de atletas ou na busca da ampliação de ações econômicas e de marketing visando conquistar mais torcedores em mercados comuns.

Ascensão do marketing esportivo e do *branding*

Os *clubes-empresas* (desde a década de 1970), e depois os *TNCs*, desenvolveram, frequentemente departamentos para buscar patrocinadores, mídias, praticar o merchandising, encontrar novas fontes de receita e ampliar o público. Foi nesse cenário que ascenderam, sofisticaram e se disseminaram estratégias de marketing esportivo dentro dos clubes. Um dos pioneiros dessas práticas seria o Manchester United (LLOPIS, 2015), nos idos de 1990, contratando profissionais que focaram numa expansão internacional do clube utilizando como base a ferramenta da internet, o canal próprio do clube para produção de conteúdo, mas também otimizando os rendimentos através do seu estádio *Old Trafford* (AIDAR & LEONCINI, 2002). Já no século XXI, vários clubes seguiriam o exemplo do Manchester, enquanto este ampliaria o alcance de suas atividades para associar-se a marcas globais, fechando acordos com clubes de outras regiões, acordos de transmissão com mídias e associações com vários projetos de responsabilidade corporativa. O *marketing esportivo*, segundo Llopis (2015), seria o elemento do *clube empresa* que realmente provocaria a metamorfose dos clubes e ao mesmo tempo seria o fator que produziria um *gap* entre os "clubes globais" e "clubes locais". De uma forma geral, seria dentro desse cenário de competitividade que os clubes protagonistas entraram numa espiral de estímulos para mercantilização, enquanto a grande maioria embora também sofresse estímulos, não conseguia adentrar a essa lógica por não representar um elemento importante

[95]Esse seria o caso do russo Roman Abramovich (Sibneft/Gazprom) no Zenit St Petersburg, so sérvio Red Star, do alemão Schalke-04 e sobretudo na aquisição do inglês Chelsea (2003); também do russo Suleyman Abusaidovich Kerimov na tentativa de fazer o FC Anzhi Makhachkala num protagonista da UCL, desde 2011; do Sheikh Mansour, desde 2008 no Manchester City (e este clube adquiriria ações no New York City FC-EUA, Melbourne City FC-AUS, Club Atletico Torque-URU, Yokohama F Marinos-JAP, Girona-ESP, Guayaquil City-EQU, Siuchan Jiuniu-CHI); do Sheikh Abdullah Bin Nasser no Málaga, desde 2010; do Sheik Butti Bin Suhail al-Maktouno no Getafe, desde 2011 (Royal Emirates Group); do Qatari Investment Authority no Paris Saint-Germain em 2011; o patrocínio do Fly Emirates (Dubai) no Milan (desde 2010), Olympiakos, SV Hamburg, Arsenal e Paris Saint-Germain; o patrocínio do Qatar Foudantion (depois Qatar Airways, desde 2010) no FC Barcelona (KENNEDY & KENNEDY, 2016). Também de Silvio Berlusconi que comprou o AC Milan em 1986 (e serviu-lhe para ascender ao mundo político, a partir de um partido de centro-direita italiano) e venderia a um grupo chinês em 2017; do magnata italiano do petróleo Massimo Moratti, que vendeu 70% das ações do Inter de Milão (onde foi presidente entre 1995-2013), a um grupo chinês, em 2016; do tailandês Vichai Srivaddhanaprabha que adquiriu o Leicester em 2010, e o conduziu a primeira Premier League em 2016; de Rupert Murdoch no Manchester, na década de 1990; do bilionário ucraniano Rinat Akhmetov, no Shakhtar Donetsk, entre outros (TEIXEIRA, 2016).

de associação paras os grandes conglomerados de comunicação e empresas *multinacionais* e *transnacionais*.

Na esteira da sofisticação do marketing, ascenderia o *branding*. O *branding* nos clubes *TNCs* envolveria processos de *heterogeneízação* e *homogeneízação*. A princípio, as marcas desenvolveriam uma base de *homogeneidade*: estratégias comuns como possuir uma marca global, um nome distintivo, uma logo, uma posição no mercado bem demarcada, uma estrutura de preços, canais de distribuição, e representação de determinados valores diferenciativos, mas que poderiam ser especificados e segmentados em cada mercado ou nicho. O *branding* se desenvolveu como uma estratégia importante para atrair a associação de outras empresas com os clubes *TNCs* numa forma de ganhos econômicos, simbólicos e campanhas publicitárias compartilhadas. Foi também na esteira do *branding* esportivo, na associação com os clubes TNCs, com a "cultura do espetáculo" e com as celebridades esportivas que duas grandes grifes transnacionais dos esportes se consolidaram mundialmente: a norte-americana *Nike* (que adquiriu a inglesa *Umbro,* em 2007) e a alemã *Adidas* (que adquiriu a norte-americana *Reebook*, em 2005).

A construção das marcas nos clubes *TNCs* e sua difusão global, geralmente perpassou por aspectos inerentes às suas histórias, mas também implicava no sucesso esportivo das equipes, permitindo sua assimilação em diferentes mercados de acordo com a *notoriedade* desportiva. O mesmo se passaria com algumas seleções nacionais. De forma geral, o *branding* para clubes protagonistas, passou também a inscrever lhes dentro lógica da capacidade produção de conteúdo de entretenimento global de referência, que empurraria os clubes sempre no caminho e fórmula (muitas vezes arriscado) de contratar grandes estrelas, oferecer espetáculos e obter as principais conquistas.

Segundo Ferreira (2018), *branding* ou *identidade corporativa* seria uma ideia que ascende juntamente com a *globalização* e o paradigma do *clube-empresa*, a partir das décadas 1980 e 1990. A partir desse momento, a *identidade* do clube se torna tema de preocupação dos seus círculos diretivos, cada vez mais apartados da sua comunidade de origem, o que não significa que desenvolvessem estratégias alheias a identificação da comunidade sede do clube. O *branding*, a *identidade corporativa*, a *marca* (e também se usa o conceito de *experiência*) de um clube, passou a ser planejado e pensado dentro dos departamentos técnicos e de frias estratégias de marketing da instituição, devendo ser explorado em todos os pontos de contato com o público, reativando uma mesma ideia matriz ou uma mesma história inspiradora identitária. As diretivas passam a incorporar um papel de destaque na narrativa identitária, já que possuíam os meios materiais e legais mais efetivos para promovê-la em relação a outros grupos que conformavam o clube, como os torcedores, por exemplo. Isso significou embates, em muitos casos, entre núcleos torcedores do clube e a diretiva "profissional"

sobre o que "era" ou "deveria ser" o clube (*historicidade identitária*). O objetivo central da construção da *identidade corporativa* seria diferenciar-se dos concorrentes (afirmar a si, e desenvolver um melhor destaque em relação aos outros por determinados valores) posicionando-se "bem" no mercado, para envolver mais os torcedores *tradicionais* (geralmente locais, e aqueles que ainda se consideravam membro do clube) e despertar a simpatia dos torcedores mais alheios, aqueles que se tornariam *fans* do clube: que vão consumir seus produtos numa ligação mais efêmera e fria, por vezes distante territorialmente. Entretanto, mais do que isso, a *identidade* do clube deveria ser positiva não apenas entre seus torcedores (que podem ser segmentados em "subnichos"), mas simbolizar os valores da empresa (deveria inspirar os funcionários internamente, o *endomarketing*) e também ser atrativa em termos de imagem (para repercutir em receitas) para os novos grupos de interesse que passavam a orbitar no entorno do clube, os chamados *stakeholders*: TVs, governos locais, telespectadores, patrocinadores, atletas (com qual imagem eles querem ser associados), outros clubes de quem a agremiação queria comprar atletas (clubes menores) ou para quem queria vendê-los (por exemplo, grandes clubes europeus) (FERREIRA, 2018). A estratégia do *branding* se disseminou por vários outros clubes e ligas de dimensões menores, e não tão afinados com o modelo *clube-empresa.*

A crescente mobilidade internacional de atletas

Paralelamente à transformação do formato dos clubes, interagindo com ela e com outras metamorfoses da *configuração* esportiva (conforme já aludido), houve uma inflexão muito pronunciada em termos de *mobilidade* internacional de atletas de alto rendimento. Isso aconteceria com a participação de novas regulamentações para atletas estrangeiros nas instituições do próprio campo esportivo (como a UEFA e as federações nacionais), pelos Estados, ou instituições supra estatais, como a União Europeia. Tal movimento, além de constituir uma inflexão estrutural no campo esportivo, teve impactos identitários em muitos clubes, haja vista que na composição de muitas equipes, houve crescente inserção de atletas estrangeiros[96]. A maior mobilidade de atletas nos clubes, a princípio, também corrói sentimentos de *lealdades tradicionais* no futebol (que associavam clube, jogadores e localidades), embora essas mobilidades também atendam certos padrões e novas recombinações identitárias possam acontecer aí, como o caso dos dois clubes de Barcelona estudados neste trabalho, que conforme vai se demonstrar, de formas diferentes passam a investir na formação de atletas (mesmo estrangeiros) e promover aí ideias também de formação de *identidade de valores*

[96]Como por exemplo o Internazionale, o Arsenal e Chelsea, que em 2005 contavam com planteis, cuja maioria não era de atletas locais (MILLER, 2012).

como o caso do *FC Barcelona* e de *La Masia*, chamado por um memorialista (do clube) de *idioma Barça* (PERARNAU, 2011).

Assim, se teria que nos inícios da década de 1980, a federação da Inglaterra permitiria, e a da Itália voltaria a autorizar (desde 1966), a importação de atletas pelos clubes locais. A Espanha permitia estrangeiros em suas equipes desde fins de 1950, mas necessitavam comprovar descendência espanhola (seguindo a chamada "*Normativa de los Oriundos*", mas que muitas vezes era forjada), e/ou ser autorizados pelo governo (como, por exemplo, os húgaros Kubala e Puskas como refugiados, e o argentino Di Stéfano). Foi após uma denúncia em 1970 (pelo presidente Augustí Montal, do *FC Barcelona*), de que a maioria dos estrangeiros que atuavam na Espanha não eram descendentes espanhóis, que o governo passou a permitir, a partir da temporada 1973/74, todas as equipes de primeira e segunda divisão a jogar com dois estrangeiros (fim da *"Normativa de los Oriundos"*), com exceção da Copa do Generalíssimo. A partir de 1977, os jogadores estrangeiros poderiam jogar também esta competição, que se passava chamar Copa do Rei (BARCO, 2015). É possível destacar a contratação de Johan Cruyff pelo *FC Barcelona* em 1973 (pelo equivalente a € 360 mil euros), e depois de Diego Maradona (pelo equivalente € 7,2 milhões) como dois marcos na história da mobilidade internacional de atletas de ponta a clubes específicos do velho mundo (PEINADO, 2009).

Ao longo da década de 1980, novas normativas tornariam mais maleáveis a presença de estrangeiros em clubes espanhóis, até a grande ruptura proporcionada pelo *caso Bosman*[97]. Tais normativas, de forma crescente, provocaram um fluxo dos atletas mais valorizados em direção à Europa ocidental, e mesmo entre os países europeus: isto impactaria de forma significativa na reorganização do futebol mundial, e no universo de atletas pode ter provocado uma inflexão maior das identidades *ethos-trabalho*.

No futebol, três reflexos ou momentos deste contexto de crescente *mobilidade* mundial de atletas, provocariam *desencaixes* e *reencaixes* que merecem ser destacados. *Primeiro*, a efetiva liberalização dos mercados de trabalho de jogadores, principalmente na União Europeia, onde se observou o embate legal entre o princípio da livre circulação de mão de obra defendida pelas leis gerais da União Europeia, e as limitações impostas no *espaço* esportivo, notadamente pela UEFA, para atletas estrangeiros: esta disputa acabou resolvida pela chamada *Lei Bosman* de 1995, a qual passou a desconsiderar a contabilização como "estrangeiro" de atletas europeus (no interior da União Europeia, ou países que aderiram o livre trânsito de trabalhadores com o bloco), nos clubes europeus.

[97]Caso de um jogador belga que entrou com uma ação na Corte Europeia, e que resultou na decisão pela liberdade de circulação e contratação de atletas dentro da União Europeia, sem limitação de nacionalidade ou outros vínculos com os clubes.

Tal situação dotou os jogadores de mais autonomia na negociação de contratos com os clubes europeus (promovendo a figura dos agentes de jogadores), e abriu esse mercado para a contratação de mais jogadores não europeus (esse fluxo já acontecia de forma protagonista na década de 1980, mas se intensificou muito mais), e impactaria no equilíbrio esportivo de forma global, com um fluxo massivo de jogadores passando a convergir em direção a Europa, por melhores oportunidades financeiras e profissionais[98]. Neste particular, de forma destacada regiões da América do Sul (como o Brasil, a Argentina o Uruguai), do leste europeu e da África, além outras regiões dentro da própria Europa ocidental (e outras partes do mundo) se tornaram crescentemente vulneráveis e periféricas em graus diferentes da centralidade das ligas e clubes de elite da Europa, que passaram a concentrar e atrair os principais atletas do mundo. Nessa perspectiva, vale fazer referência a Liébana (2016), segundo o qual a *Lei Bosman* foi fundamental para a unificação do mercado europeu e *globalização* do desporto[99]. Emergiriam, ainda, outros pólos menores de atração de atletas (mais na direção sul-norte, embora fluxos de ordem diferente também acontecessem), como mundo árabe, o Japão (a partir da década de 1990), o leste europeu (inícios do século XXI) e mais recentemente os mercados estado-unidense e chinês (e o mundo asiático, de forma geral), entre outros mercados.

Segundo: alteraram-se as motivações para investimento financeiro nos clubes. Por muito tempo investir em clubes se dava mais no plano afetivo e representava uma busca de *status* local (ou nacional) pelos protagonistas financeiros locais (por vezes em intercâmbio com o mundo político). Paulatinamente passou a significar maiores e melhores possibilidades de lucro (não que essa oportunidade não acontecesse antes, mas em volume certamente menor), considerada a valorização dos jogadores como *ativos globais*. Assim, a crescente *mobilidade* internacional de atletas, contribuiu na lógica da mercantilização que adentrou cada vez mais ao desporto, com peculiaridades em cada localidade: por exemplo, na Inglaterra desenvolveu-se muito o modelo de clubes como sociedade de ações (que atrairiam muito o capital estrangeiro), enquanto em lugares como a França, Alemanha e América do Sul (de formas diferentes) cada vez mais se relaxaram as regras de propriedade dos clubes, de modo a habilitar a participação nesses clubes de investidores e acionistas. Essa alteração de financiamento dos clubes ocorreu, portanto (guardadas as especificidades e velocidade de cada localidade), paralela e combinada com demandas e processos de sofisticação *burocrática* (no sentido weberiano) dos clubes, conforme antes aludido, e maior abertura às *identidades ethos-trabalho*.

[98]Dentro da Europa (entre as Big 5), os fluxos são mais complexos: por exemplo, os clubes não protagonistas espanhóis são vulneráveis ao mercado europeu (ARCOS, 2011). Por outro lado, seleções nacionais dentro das Big 5 costumam ser formadas com jogadores, em sua maioria (ou pelo menos boa parte), de jogadores dos seus campeonatos locais (ainda que naturalizados)

[99]No Brasil, nesse contexto, houve a promulgação das leis "Zico" e "Pelé", na década de 1990.

Terceiro: com a entrada de novos volumes e tipos de capitais, associou-se cada vez mais o futebol às instituições de negócios internacionais e promovendo relações globais na produção de entretenimento e exploração de mercados, tais como na associação entre grandes corporações de mídia e os grandes clubes, tendo os atletas como *celebridades*[100] centrais e pontos fundamentais nesse processo. Em compasso com essas transformações, verificou-se o crescimento de estrangeiros proprietários de vários clubes (ou parte deles) na Europa. Os mais beneficiados dessa lógica seriam os chamados clubes transnacionais, tal como os conglomerados de mídias globais, que acabariam detendo os direitos sobre o esporte e atletas de elite, pois a grande maioria dos clubes no mundo permaneceria mais periférica a essa ordem de transformações.

Em termos de contratação de jogadores, os clubes protagonistas *TNCs* se caracterizariam por grandes números de estrangeiros, geralmente africanos ou sul-americanos. Inicialmente seriam os clubes italianos (década de 1980 e 1990) e ingleses (década de 1990), que mais se notabilizariam pelas contratações mais caras, embora o topo de contratações mais caras ficou entre clubes *TNCs* das *Big 5* (*English Premier League*, *Bundesliga, Liga Estrellas, Serie A e Ligue1*). Entretanto, num plano geral do quadro migratório, as particularidades jogaram aí também, pois aconteceriam repetições de certos padrões (isso também aconteceu com treinadores): até 2010, geralmente clubes ingleses contrataram mais no Reino Unido, na Irlanda, na Europa ocidental e na Escandinávia. Ibéricos geralmente buscaram latino-americanos baratos e talentosos. Destacou-se também trânsitos entre antigas colônias e metrópoles (como na França e países da África). Peculiaridades também aconteceriam, dependendo da posição do jogador: por exemplo, a permanência de "locais" como defensores ou capitães pois eram vistos como o "coração" dos times. Os clubes *TNCs* passaram a contratar também por questões de marketing ou para penetrar em alguns mercados considerados atrativos, como (por exemplo) contratar asiáticos para repercutir bem no mercado chinês ou japonês. Houve também a ascensão de um mercado "paralelo" de futuros atletas (que fomentou problemas inclusive de tráfico humano ilegal nas bordas do sistema). Muitos clubes de ponta europeus passaram a investir na formação de atletas considerados potenciais, geralmente de países periféricos (como do continente sul-americano ou africano), porque aí as leis (e os custos) seriam muito mais favoráveis do que a de jovens promessas europeias. Muito embora, dentro da própria Europa, os clubes ingleses de referência tenham constituído agentes para buscar os atletas jovens "semiprontos" em cidades de forte tradição futebolística do continente (como Barcelona), estratégia que seria muito menos custosa do que montar grandes estruturas e contingente nas categorias de base. Por essa época clubes como

[100]Segundo Miller (2012), Deivid Beckham era um atleta de virtudes limitadas, mas de um impacto midiático poderoso, o que, com seu protagonismo, demarcava muito da "nova ordem" mundial estabelecida pela globalização.

Arsenal, *Liverpool*, *Mancheter United* ou *Chelsea* protagonizariam brigas judiciais envolvendo altas cifras, para ficar com os direitos de jogadores adolescentes (SORIANO, 2010). É importante destacar, ainda, que a migração de jogadores se desenvolveu muito fora dos fluxos dos clubes *TNCs*, provavelmente dentro de determinados padrões.

UEFA e FIFA também tomariam medidas para limitar jogadores estrangeiros e prevenir tráfico de menores e ofertas enganosas (para atletas do continente africano ou sul-americanos, por agentes inescrupulosos, por exemplo) o que levou aqueles órgãos a confrontar-se com clubes *TNCs*, que argumentavam que isso contrariava as leis europeias de livre comércio e trabalho. Nesse cenário, alguns clubes *TNCs* também passaram a trazer famílias de jogadores jovens e promessas.

A ascensão das TVs e a *cartelização* de clubes e *ligas*

A *configuração esportiva* e os movimentos de *mercado*, na *globalização*, de forma geral não estariam promovendo o desporto no sentido de maximizar as competições e fortalecimento geral dos clubes, mas promovendo uma *cartelização*, com a ascensão de algumas ligas centrais e alguns poucos clubes transnacionais (e vencedores)[101] associados a grandes conglomerados midiáticos, cujo sentido seria também por uma menor variedade de "produtos" (clubes) para públicos de potencial massivo mais amplo (SIMÕES, 2017). Nesse processo, a grande maioria dos clubes permaneceria restrita às dimensões nacional ou local. Para Kennedy e Kennedy (2016), isso também aconteceu porque o modelo europeu de desporto (no futebol de alto rendimento) acabou se metamorfoseando para um formato sem mecanismos e regulações de reequilíbrio entre os competidores (o *balanço competitivo*) como existiria, por exemplo, no modelo americano (NHL, NFL, MLB ou NBA). Neste existiriam regras mais restritas de transferência de jogadores, teto salarial, sistemas de *drafts* para contratação de potenciais atletas novos, recebimento (e distribuição) de alguns tipos de receitas em conjunto pelas ligas. Entre os principais atores, que fomentaram as grandes disparidades econômicas, destaca-se o papel exercido pelas TVs (sobretudo as TVs por assinatura) que possibilitariam somas cada vez mais altas para alguns clubes, e indiretamente mais possibilidades de *merchandising* pois os clubes que mais apareciam nas TVs eram "vitrines" atrativas para patrocinadores. As receitas da TV (e a forma

[101]Em diferentes partes do mundo, o período pós 1990 (sobretudo pós 2000) acompanhou uma restrição de clubes vencedores nas principais competições (MILLER, 2012). Na UCL, nas 14 temporadas desde a sua ampliação em 1997/1998, somente um ganhador (Porto) saiu de fora das Big 5. Além disso, desde então as semifinais sempre foram decididas entre combinação de enfrentamentos alternados entre clubes da Espanha, Inglaterra, Itália e Alemanha. Apesar disso, Fort (2012) defende que após 1997/1998 nenhum clube venceu a UCL consecutivamente (até 2015/2016, quando o *Real Madri* conquistou três títulos em sequência), e houve uma maior imprevisibilidade de clubes campeões dentro de um seleto grupo. A "restrição de campeões" estaria diretamente ligada a concentração econômica em poucos clubes, considerando-se uma relação direta entre capacidade econômica e performance esportiva.

como foram negociadas), também impactaram na organização dos clubes e motivaram a mercantilização dos torneios. Segundo Liébana (2016):

> El momento clave de la transformación del fútbol debe situarse en la década de los ochenta y noventa del siglo pasado. La facilidad en las comunicaciones había hecho del mundo un lugar más pequeño, y los grandes clubes empezaron a despertar el interés de millones de personas en diferentes continentes. Alertadas de este interés, las televisiones empezaron a invertir en el negocio futbolístico y, con ellas, llegaron los anunciantes y los contratos millonarios. Esta lluvia de dinero permitió que los equipos dejaran de depender en exclusiva de los socios y aficionados – los ingresos de carnets y taquillaje -, y el deporte rey adquirió las proporciones de una industria global (LIÉBANA, 2016:19)[102].

Esse é um cenário em que a própria FIFA veria suas receitas advindas da TV aumentarem muito já desde 1970 – de US$ 30 milhões (1982) para US$ 1,2 bilhões (2006) - promovendo indiretamente outras receitas, por causa da publicidade[103]. Foi por essa época que ela também se expandiu, a ponto de passar a ter mais membros que a própria ONU. Nessa linha, é possível vislumbrar inclusive o aumento do número de participantes na Copa do Mundo (de 24 para 32, a partir de 1998), o surgimento da Copa das Confederações (em 1992), a tentativa de instituir um torneio mundial interclubes em 2000 (disputado no Brasil, em única edição), e a mudança da Copa intercontinental de clubes (decidida em jogo único) para uma copa mundial de clubes no formato de disputa com quatro times, a partir de 2005, também como reflexos do suporte e demanda dos patrocinadores, destacando-se as TVs.

Nessa mesma perspectiva, em algumas partes do mundo, clubes mais destacados se movimentariam para promover reunião em *ligas* (como empresas que iriam gerir os campeonatos) para organizar a venda dos direitos de imagem e o *merchandising*, mas também para "enxugar" ou ainda que aumentassem (em número de participantes os campeonatos), oferecer um novo formato aos torneios. Esse seria o caso do ECA e do G-14 (reunião de grandes clubes transnacionais). Esse seriam também os casos da *English Premier League* (*EPL*) *e da Uefa Champions League* (*UCL*).

À guisa de ilustração, oferecemos uma retrospectiva da *UCL*. Esta teria seus primórdios ainda na chamada *Copa dos Clubes Campeões da Europa*, iniciada em 1955/1956 e que reunia 16 clubes campeões de várias ligas europeias, em um modelo eliminatório. Na temporada 1992/1993

---

[102]"O momento-chave da transformação do futebol deve ser situado nos anos oitenta e noventa do século passado. A facilidade das comunicações tornou o mundo um lugar menor, e os grandes clubes começaram a despertar o interesse de milhões de pessoas em diferentes continentes. Alertados para esse interesse, os canis de TVs começaram a investir no negócio do futebol e, com eles, anunciantes e contratos milionários chegaram. Essa chuva de dinheiro permitiu que as equipes parassem de depender exclusivamente dos parceiros e fãs - a renda dos cartões de associados e bilheterias -, e o esporte rei adquiriu as proporções de uma indústria global."

[103]Segundo Miller (2012: 20): "A nivel internacional, la Copa Mundial 2010 en Sudáfrica obtuvo para la FIFA US$ 2.400 millones de derechos pagados por los medios, y unos US$ 1.100 millones adicionales en derechos de mercadeo, principalmente de los socios globales de la organización, tales como Coca-Cola, Visa y Sony (FIFA 2011: 37). La FIFA afirmó contar con una teleaudiencia mundial de más de 700 millones de personas –más de la décima parte de la población mundial– para la Final de la Copa Mundial 2010".

houve a reformulação do torneio, com o aumento de participantes e inclusão de uma fase inicial classificatória de grupos. Mas este aumento reforçou muito mais os clubes que já eram fortes historicamente dentro das *Big 5* (no próprio torneio ou mesmo fora dele). Neste momento a *Copa de Campeões da Europa* se transformaria em *Liga dos Campeões da UEFA* (*Uefa Champions League*), proporcionando os clubes mais destacados, de cada país, terem mais confrontos intercontinentais (podendo monetizar mais essa "vitrine estendida), com menos riscos de eliminações rápidas. Essa reformatação foi feita com a ajuda de uma agência baseada na Suiça (*TEAM AG*), a qual também adquiriu e alavancou os direitos de transmissão e patrocínio (MILLER, 2012). Em 1997/1998 o torneio se expandiu ainda mais na base (e por outro lado revelar-se-ia ainda mais restrito no topo), incorporando clubes que ficavam e posições mais abaixo da tabela de ligas nacionais, o que ajudou a aumentar sua notoriedade mundial midiática. Na temporada 2011/2012, a UCL reuniria 76 equipes (de 52 federações), sendo que sua fase grupos iniciaria com 32 clubes, com 10 clubes vindos de confrontos eliminatórios prévios[104]. A *UCL* teria atingido em 2015/16 a maior audiência televisada entre eventos esportivos, chegando a cerca de 4 bilhões de assistentes em toda temporada, com um sistema de premiação que fortaleceria muito os clubes protagonistas da *Big 5*, como já dito (KENNEDY & KENNEDY, 2016).

Trajetória similar (mas em menor escala) teria a *UEFA Europa League* (*UEL*), que seria fruto da conjunção entre a *Copa da Europa de Campeões de Copa* (denominada coloquialmente como "Recopa de Europa") e a *Taça de Cidades com Feiras*, criada em 1955 incorporada pela UEFA em 1971, que teria transformado em Copa da UEFA, e depois Liga de Europa (*UEL*)[105]. A *Eurocopa* (Campeonato Europeu de Seleções da UEFA) seria outro torneio com desenvolvimento parecido, criado em 1958, e que pós-1990 (fim da URSS) aumentou o número de seleções participantes e de fases finais do torneio. Ainda dentro dessa movimentação, várias novas *ligas* (ou reformatação de antigos campeonatos) surgiram em locais sem tradição esportiva, às vezes atraindo jogadores de destaque, como no Qatar, Arábia Saudita, Rússia, Ucrânia, China e Índia (SIMÕES, 2017). O horário dos jogos também passou a ser orientado muito em razão da grade das TVs (geralmente em detrimento do melhor horário para o assistente local), ou mesmo do público principal (por exemplo, para atingir públicos na Ásia).

Argumenta-se que a *cartelização* das competições estaria entre as formas mais lucrativas para os clubes transnacionais (ou mesmo em clubes com mais capital político no interior do campo

[104]Em 2018/2019 seriam 79 clubes, reduzidos a 32 na fase de grupos.
[105]Os campeões da UCL e da UEL passaram a se enfrentar na chamada Supercopa da Europa, competição que tem seus primórdios na Supertaça Europeia, surgida em 1972.

esportivo, em suas conformações nacionais), de forma a excluir concorrentes externos e maximizar os ganhos coletivos entre os clubes *TNCs*. Isso ocorreu quando alguns clubes de elite dominaram competições nacionais e internacionais, trabalhando juntos em prol de interesses econômicos e políticos comuns. Um dos destaques mais ilustrativos para essa afirmação seria a formação do referido G-14, grupo que reuniu os 14 (e logo os 18) clubes mais ricos do continente europeu, em 2000. Entre as críticas estava a concorrência com a UEFA e FIFA, que além de órgãos reguladores (e aos quais os clubes deveriam se submeter e liberar jogadores paras as seleções, sem recompensas financeiras), eram instituições que concorriam com os clubes por patrocinadores e mídia (SORIANO, 2010). O G-14 manteve-se forte até 2008, quando a UEFA conseguiu persuadir os clubes a desmobilizar o grupo. Entre os projetos do G-14 estaria romper com as estruturas convencionais do futebol e criação e uma nova liga paralela de caráter transnacional. A *Premier League* teria acompanhado esse processo na década de 1990, e no Brasil, ainda que não houvesse os *TNCs*, houve a experiência do *Clube dos 13* que representou uma restrição de clubes participantes nos Campeonatos Brasileiros, mais voltado aos chamados "grandes clubes", a partir de finais de 1990 (FERREIRA, 2018). Refletindo esse mesmo cenário, na América do Sul a principal competição intercontinental, *A Taça Libertadores da América*, sofreria modificações, além de uma recente promoção de um outro torneio secundário na região, (após vários torneios de existência efêmera na década de 1990): a *Copa Sul-americana*.

No bojo da *cartelização* estaria o aumento do aporte das TVs nos torneios, como já explicitado. Assim, em 2010 os direitos de TVs na Europa representavam € 1 bilhão para os clubes, o dobro desde 2006. A UEFA, em 1992, obtinha € 39 milhões na comercialização dos campeonatos, e em 2004 ela já faturava € 840 milhões (2/3 das TVs, e 1/5 das propagandas). Em 1960 a *Copa de Campeões da Europa* (depois *UEFA Champions League*) recebera € 8 mil pelos direitos de transmissão da final, e em 2005-2006 recebia já cerca de € 400 milhões entre dinheiro das TVs e patrocínios, com os clubes da *Big 5*[106] como maiores beneficiários. As *Big 5* seriam muito favorecidas pela liberalização e desregulamentação das mídias pelos governos. De meados da década de 1990 até 2010, as receitas das *Big 5* aumentariam de € 2,5 bilhões até € 8,9 bilhões. Vale lembrar que nas décadas 1980/90 houve a quebra do monopólio das televisões públicas de países na Europa Ocidental, o que abriu espaço (e fomentou a concorrência) para vendas notavelmente crescentes dos direitos de imagens dos clubes (paralelamente a liberação dos "passes" dos jogadores pela *Lei Bosman*). Um dos efeitos foi o rápido desenvolvimento e disseminação de jogos por assinatura, baseados em

[106]Ligas da Inglaterra, Alemanha, Espanha, Itália e França.

transmissão via satélite, cabo e redes digitais, como a *BSKyB* no Reino Unido[107]. Outro foi a explosão dos salários e negociações com os atletas (sem regulação), que tornaria o futebol um ambiente financeiramente muito propício a quebras vultuosas. A audiência também mudou, paulatinamente desde 1980, de cidadãos que assistiam transmissões públicas e livres, para consumidores pagando assinaturas para ver futebol ao vivo (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009).

Na Alemanha, os valores de TVs aumentaram de 20 milhões de marcos alemães (€ 10,2 milhões) em 1987, para cerca de 840 milhões em 2006-7 (€ 430 milhões). Na França o dinheiro da TV quadriplicou em 1991-5 e cresceu de forma constante até o valor de € 1,8 milhão por 3 anos (maior valor até então). Na Inglaterra, em 1984, os clubes ingleses ganharam cerca de € 2,6 milhões para transmitir suas partidas em TV aberta, subindo para € 44 milhões em 1988, para um período de quatro anos. Em 1992 surgiu a *Premier League*, destituindo o modelo de campeonato da *Football Association* que limitava a 50% as receitas de TVs aos clubes de 1ª divisão. A maior presença nas TVs favoreceu a publicidade e melhores receitas de patrocinadores. Quando *BSkyB* chegou à Inglaterra, o valor da *Premier League* subiu paulatinamente: de € 214 milhões (92-97), chegando em 2004-7 ao valor de € 2,7 bilhões entre direitos domésticos e internacionais (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009). De 1996-1997, as receitas dos principais clubes ingleses aumentaram de € 551 milhões para € 2.470 milhões em 2009/2010 (MILLER, 2012). Esta reconfiguração promoveria desigualdades econômicas e desportivas entre os clubes ingleses: Entre 1996-2007, os chamados *big four* na Inglaterra (*Arsenal, Liverpool, Chelsea* e *Manchester United*), venceram todas as *Premier League* e *FA´s Cups*. Entre 2003/04 e 2014/15 apenas *Arsenal, Chelsea, Manchester City* e *Manchester United* venceriam a *EPL*.

Na Espanha e Itália desenvolveu-se a negociação individual dos contratos das ligas nacionais, e isso fez com que o *gap* entre os clubes crescesse mais ao longo do tempo: por exemplo, em 2007 *FC Barcelona* e *Real Madri* recebiam vinte vezes mais do que o clube de menor potencial financeiro da *Liga*. Na Itália, as receitas da TV mais do que dobraram para € 500 milhões em 1999-2000, quando os clubes foram liberados para negociar seus próprios acordos de TV. Entre 2003/04 e 2014/15, apenas *Juventus*, *AC Milan* e *Internazionale* venceram *Serie A*. Neste mesmo período, apenas *Atlético de Madrid* e *Valência* (além, é claro, de *Real Madri* e *FC Barcelona*) venceram a *Liga*[108]. Na Itália a negociação individual foi modificada em 2010, e na Espanha em 2015.

---

[107]Esta disseminação do futebol em canais privados também atraiu patrocinadores (e novos volumes financeiros para indústria do esporte), que viram no desporto uma forma potencial de atingir o público masculino jovem, que anteriormente não era muito atingido pelas TVs e difícil de ser abordado (MILLER, 2012).

[108]Essa recorrência de mesmos times campeões seria menos frequente nos esportes estado-unidenses (mais regulados) de alto rendimento, no período.

As *Big 5* acabariam por se distanciar muito das outras ligas pelo mundo, em termos financeiros, conforme demonstram os quadros abaixo:

Tabela 6 - Receitas de Contratos de TV das Big 5 na temporada 2007-2008

Temporada	Premier League	Bundesliga	Liga Estrellas	Serie A	Ligue 1
2007-2008	€ 1,17 bilhões	€ 476 milhões	€ 579 milhões	€ 863 milhões	€ 557 milhões

Fonte: LIÉBANA (2016).

Tabela 7 - Receitas de contratos de TV em 2007, de outras ligas pelo mundo

Ano	MLS (EUA)	Campeonato brasileiro	Campeonato argentino	Campeonato nigeriano
2007	US$ 20 milhões	US$ 70 milhões	US$ 50 milhões	US$ 2 milhões

Ano	South African League	J-League (Japão)	Campeonato australiano
2007	US$ 8 milhões (US$ 40 milhões por 5 anos)	US$ 40 milhões	US$ 13,5 milhões (US$ 95 milhões por 7 anos)

Fonte: GIULIANOTTI & ROBERTSON (2009).

No caso das *Big 5,* elas repercutiram no continente europeu, como um todo (também) porque nas outras ligas - como a belga, a escocesa ou até mesmo a russa (a maior do leste europeu) - as receitas de TV eram muito inferiores, comparativamente. Além disso, a UEFA distribuía as receitas de TVs, em seus torneios, de acordo com o tamanho do mercado dos clubes, o que favorecia os clubes das *Big 5*. Como reflexo, entre 1993 e 2019 apenas *Porto* e *Ajax* figuraram como finalistas do *UEFA Champions League*, não sendo das *Big 5*. Nesse cenário, alguns clubes das outras ligas acabaram assumindo a condição de "fábrica de jogadores" para as *Big 5*, com pretensões restritas de conquistas internacionais, incorporado aos seus "modelos de negócios" como uma operação ordinária nas temporadas, de forma que pudessem equacionar suas contas: caso de clubes portugueses (como o *Porto*), holandeses (como o *Ajax*) e franceses (como o *Olympique de Lyon*), mas também do *Sevilha FC* da Espanha e o *Arsenal* da Inglaterra (LIÉBANA, 2016; SORIANO, 2010). Alguns perderam seu protagonismo histórico no futebol europeu, face a reconfiguração de forças econômicas no desporto (como o *Ajax* ou o *Feyenoord* da Holanda, o *Celtics* ou o *Rangers* da Escócia, e o *Benfica* de Portugal). Em muitos lugares (como a Suíça, Holanda, Bélgica, e países do leste europeu) ocorreria êxodo de atletas para as *ligas* principais europeias. A título de comparação das disparidades, oferecemos um quadro das receitas das outras ligas europeias, para a temporada 2012/2013:

Tabela 8 - Receitas de ligas europeias coadjuvantes em 2012/2013

Liga	Matchday	TVs	Comerciais	Totais
Russia	€ 31 milhões	€ 82 milhões	€ 783 milhões	**€ 896 milhões**
Turquia	€ 65 milhões	€ 293 milhões	€ 193 milhões	**€ 551 milhões**
Holanda	€ 111 milhões	€ 90 milhões	€ 251 milhões	**€ 452 milhões**
Portugal	€ 57 milhões	€ 106 milhões	€ 122 milhões	**€ 285 milhões**
Bélgica	€ 66 milhões	€ 82 milhões	€ 124 milhões	**€ 272 milhões**
Ucrânia	€ 10 milhões	€ 46 milhões	€ 148 milhões	**€ 204 milhões**
Suíça	€ 70 milhões	€ 20 milhões	€ 100 milhões	**€ 190 milhões**
Noruega	€ 38 milhões	€ 27 milhões	€ 112 milhões	**€ 177 milhões**
Dinamarca	€ 27 milhões	€ 63 milhões	€ 90 milhões	**€ 170 milhões**
Grécia	€ 34 milhões	€ 66 milhões	€ 66 milhões	**€ 166 milhões**
Áustria	€ 21 milhões	€ 15 milhões	€ 122 milhões	**€ 158 milhões**
Escócia	€ 59 milhões	€ 52 milhões	€ 46 milhões	**€ 157 milhões**
Suécia	€ 29 milhões	€ 28 milhões	€ 77 milhões	**€ 134 milhões**

Fonte: LIÉBANA, Jose Maria Gay. *La Gran Burbuja del Fútbol*. Barcelona: Conecta, 2016.

A força das *Big 5* permitiria uma ascensão mais fácil das equipes protagonistas destas ligas às competições europeias, uma vez que elas passariam a contar gradualmente com mais vagas nas competições europeias e com melhores fatias da receitas da própria UEFA (um dos critérios de divisão que se constituiu foi a dimensão do mercado nacional do clube; os clubes também recebem premiação por desempenho, de forma crescente), como na *UEFA Champions League* e a *UEFA Europa League*. A força dos clubes das *Big 5* aumentou ao longo dos anos, pois eram os que mais ganhavam e se destacavam nesses torneios (e a presença nos torneios internacionais incrementava mais a receita destes clubes). Ainda, os que mais forneciam capital simbólico aos torneios, já que acrescentavam competitividade e espetáculo, agregando mais audiência e patrocinadores. Assim, em fins da temporada 2009-10 mais da metade do faturamento do futebol europeu pertencia as *Big 5* (o que correspondia a € 8,2 bilhões). Isso seria resultado de um processo de realimentação do próprio crescimento que adquiriram ao longo dos anos, chamado por Liébana de *circulo virtuoso* (2016): eram mais consumidas, tinham os melhores estádios, atraíam mais patrocinadores e TVs, detinham os clubes e jogadores mais vencedores e conhecidos no mundo, avançavam mais nas competições e forneciam os melhores espetáculos no cenário europeu. Por isso podiam negociar os melhores contratos e realimentar o próprio protagonismo.

Uma hierarquia, entretanto, se constituiria no interior das próprias *Big 5* com o processo de *globalização*, em termos de finanças e também de desempenho nos torneios europeus. A *EPL* (liga inglesa) contou com clubes de raízes locais fortes, desenvolveu-se como a mais rica, obtendo ao longo

dos anos maiores receitas e crescimento mais proeminente que as outras. Seria também uma das mais competitivas entre as *Big 5* (ainda que conformasse uma elite restrita de clubes campeões) e que desenvolveu o reparto das receitas da TVs, entre seus clubes, de forma mais igualitária: 100% das receitas de contratos de TVs estrangeiras se dividiam de forma igual entre os 20 clubes, e desde 1992, 50% dos contratos de TVs nacionais eram divididos de forma igual também entre os 20 clubes, 25% de acordo com a classificação, e os outros 25% de acordo com o número de jogos transmitidos (LIÉBANA, 2016). Ainda, a *EPL* adquiriu ao longo dos anos um grande número de assinantes pagos para os jogos (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009) e seria a mais vista do mundo em 2010 (SORIANO, 2010), constituindo um produto de excelência para exportação, conjugando estádios cheios (apesar dos ingressos mais seletivos), jogadores estrelas, e uma densa associação com ferramentas do marketing e merchandising global, visto em 175 países pelo mundo (MUNDO AFORA, 2015).

A *Bundesliga* (liga alemã) se destacaria como voltada para o público dos estádios (e nos patrocinadores), priorizando o seu conforto, horários atraentes e preços acessíveis, aproveitando-se das reformas e construções de praças esportivas desde a Copa do Mundo de 2006. Isso também refletia uma reformulação do seu modelo de negócios, vez que o principal parceiro midiático nos contratos de TV, o grupo *Kirch*, faliu nos inícios do XXI, motivando os alemães a apostarem nos torcedores como objetivo prioritário do seu negócio. A Alemanha, na verdade, teria uma tradição de mais participação dos torcedores na vida política dos clubes (“*fankultur”*) desde a década de 1970, quando um esquema de manipulação de resultados foi descoberto e afastou torcedores do campo (SIMÕES, 2016). A taxa de ocupação dos estádios cresceria muito, e atingiria a ordem de 90% nos inícios de XXI (a mais alta da Europa). Apesar da hegemonia do *Bayer de Munique* desde a década de 1980, haveria certo equilíbrio e competitividade entre os outros clubes. A *Bundesliga* seria também a que desenvolveu a gestão mais responsável dos ativos dos clubes. Desenvolveu, ainda, a regra societária 50+1, ou seja, 51 % das ações deveriam ser do clube, exceto para casos de histórica ligação do clube com empresas locais, como (por exemplo) o *Bayer Leverkussen* com a *Bayer* e o *VFL Wolfsburg* com a *Volkswagen*. Assim, desenvolveu-se uma ideia nuclear no futebol alemão durante a globalização, demarcando sinergias entre clubes e empresas locais, como *Bayer de Munique* com a *Allianz* (e também com a Audi e a Adidas) e o *Borussia Dortmund* com a *Evonik* (LIÉBANA, 2016).

A *Liga das Estrellas* (liga da Espanha) cresceu muito ao longo dos anos, ultrapassou a italiana e em 2010 tinha receitas muito próximas a alemã. *Real Madri* e *FC Barcelona* figuravam, ao fim de 2009-2010, como os de maiores receitas do planeta. Entretanto, esse seria também apontado como um dos seus maiores problemas: tal protagonismo contrastava com a falta de competitividade

e o desequilíbrio das receitas dos outros clubes do país. Uma das grandes causas seria a forma venda dos direitos de TVs, que se constituiu na Espanha de forma individual, e agiu no sentido de relegar, paulatinamente aos outros clubes, as migalhas das receitas TVs. Para a temporada 2009-2010, por exemplo, chegou-se ao valor de € 600 milhões em receitas de TVs, cujo montante mais da metade iria para o *FC Barcelona* e para o *Real Madrid*.

A *Serie A* (liga italiana) teria se constituído como um torneio tradicional, de marca forte e boa competitividade entre os clubes. Mas os italianos teriam se apoiado muito nas TVs, colocando em segundo plano as receitas comerciais e o *matchday*. O público nos estádios, em comparação com as outras ligas das *Big 5*, foi o que mais enfraqueceu (MILLER, 2012). Contribuiu para esse cenário, também, os estádios *comunale* ou municipais (antes um diferencial que permitia os italianos concentrarem suas receitas em jogadores), que não permitiriam uma grande exploração financeira, tal qual possibilitariam se fossem próprios. Outro diferencial negativo que se constituiu na Itália, foi a baixa adesão de assinantes pagos de jogos por TV, devido a disseminação de pirataria nas transmissões (LIÉBANA, 2016; GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009).

A *Ligue 1* (liga francesa) acabaria se destacando, ao longo dos anos, pela transparência e responsabilidade. Houve ainda uma guinada e um acréscimo em termos de receita provenientes das TVs em 2005-2006, quando houve renegociação dos direitos de transmissão. Tal como a *Serie A*, a *Ligue 1* acabou apoiando-se mais nas receitas de TVs, tendo aportes tímidos e estagnados no *matchday,* por causa dos estádios vazios (LIÉBANA, 2016).

Tabela 9 - Receitas das Big 5 entre os anos 2002 e 2010

Temporada	Premier League	Bundesliga	Liga Estrellas	Serie A	Ligue 1
2002-2003	€ 1,8 bilhões	€ 1,1 bilhões	€ 847 milhões	€ 1 bilhão	€ 689
2005-2006	€ 2 bilhões	€ 1,1 bilhões	€ 1,1 bilhões	€ 1,2 bilhões	€ 910
2009-2010	€ 2,4 bilhões	€ 1,6 bilhões	€ 1,6 bilhões	€ 1,5 bilhões	€ 1 bilhão

Tabela 10 - Receitas das Big 5 na temporada 2009-2010

RECEITAS	Premier League	Bundesliga	Liga Estrellas	Serie A	Ligue 1
Matchday	€ 649 milhões	€ 379 milhões	€ 436 milhões	€ 212 milhões	€ 138 milhões
TVs	€ 1,2 bilhões	€ 506 milhões	€ 725 milhões	€ 915 milhões	€ 607 milhões
Comercial	€ 560 milhões	€ 779 milhões	€ 461 milhões	€ 405 milhões	€ 327 milhões
Total	**€ 2,4 bilhões**	**€ 1,6 milhões**	**€ 1,6 bilhões**	**€ 1,5 bilhões**	**€ 1 bilhão**

Tabela 11 - Média de assistência nas Big 5 entre 2002-2010

Temporada	Premier League	Bundesliga	Liga Estrellas	Serie A	Ligue 1
2002-2003	35,4 mil	31,9 mil	25 mil	25,5 mil	19,8 mil
2005-2006	33,9 mil	38,2 mil	25,7 mil	21,4 mil	21,5 mil
2009-2010	34,2 mil	41,8 mil	25,3 mil	24,1 mil	20,1 mil

Fonte: LIÉBANA (2016).

A desigualdade no interior das *Big 5*, em termos de ganhos de negociação de direitos entre os clubes, sobretudo na Itália e na Espanha (recentemente alteradas) provocou algumas disputas entre

clubes médios e os grandes. Por exemplo, em 2003 na Espanha houve a formação de dois blocos para negociar com as TVs: de um lado o G-12 (clubes mais ricos) e de outro o G-30 (o resto). Ao longo dos anos, as receitas de TVs dos clubes maiores dispararam e a dos clubes menores também, mas em uma escala bem abaixo, o que significaria mais desigualdade.

O crescimento das *Big 5*, na medida em que centralizou os nomes mais valorizados do futebol mundial fomentou, também, um grande crescimento em gastos com salários e contratações de jogadores. Estes valores subiram muito a partir da década de 1980, tendo alguns dos clubes italianos e os espanhóis se destacado, em termos das mais altas taxas de transferências. Por outro lado, a *EPL* se constituiu na que melhor pagava em termos de salários, seguida das ligas espanhola, alemã, italiana, e francesa, nessa ordem. Muitos jogadores, também, passaram a ganhar cada vez mais dinheiro com propagandas, e entre os vinte jogadores que mais faturavam em 2007, nesse tipo de negócio, todos eram provenientes de clubes muito específicos das *Big 5*. O crescimento financeiro também possibilitou ganhos financeiros de dirigentes e outros *stakeholders* das *Big 5* (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009).

Tal contexto promoveu, ainda, ganhos conjuntos entre grandes clubes e corporações midiáticas. Na França, México e Estados Unidos, por exemplo, corporações midiáticas passaram a obter parte de propriedade de alguns clubes e ter muita influência sobre eles. Na Inglaterra, desde a década de 1990, várias companhias midiáticas obtiveram ações de clubes, e em 1999 houve a negativa da BSkyB´s comprar o *Manchester United*, mas porque houve intervenção do governo após pressão de torcedores. Ainda, grupos de comunicação na França (*Canal +*) e na Alemanha (*Kirch*) adiantariam pagamentos a alguns clubes, para garantir direitos sobre transmissão das ligas em determinadas temporadas (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009).

Finalmente, um dos reflexos diretos nas *identidades* ligado a ascensão das TVs e *cartelização* do desporto é a difusão e reforço de um número restrito de clubes com notoriedade mundial, e que nestas condições passam a constituir um público mundial em formas torcedoras.

O endividamento dos clubes e a relação com os governos

O processo de liberalização e desregulamentação econômica no campo esportivo, associado a fenômenos mais amplos da *globalização*, e a própria demanda (econômica mesmo, não apenas pela cobrança de seus torcedores) dos clubes em vencer, tornou o futebol financeiramente volátil,

provocando também quebras e endividamentos entre os clubes e instituições[109]. O futebol viria a se caracterizar como um meio em que, apesar das grandes somas movimentadas, os clubes em geral não teriam lucros, pelo contrário[110]: seriam as empresas transnacionais patrocinadoras, os conglomerados midiáticos e os jogadores celebridades (e seus representantes) os "grandes vencedores", sobretudo em termos econômicos. Esta grande inflexão teria se iniciado com a ascensão das TVs e patrocinadores no desporto (e depois, do capital financeiro transnacional, por meio de investidores), injetando altas somas numa indústria cujo principal insumo (atletas) se tornou, com a *Lei Bosman*, extremamente flutuante e constitutiva de um mercado mundial. Paralelamente, essas transformações ocorriam em meio a estruturas organizativas ainda primárias (organização dos clubes) e a falta de regulamentação (por exemplo, salários de jogadores): o futebol se tornaria, assim, um campo fértil para ascensão de dívidas gigantescas.

Os clubes europeus, em 2004, teriam uma dívida calculada em € 7 bilhões, cuja causa principal seria o inflacionamento por transferências e salários de jogadores, paralelo ao aumento da receita dos clubes. Houve um maior aporte percentual geral das receitas direcionadas à gastos com atletas. Muitos clubes de elite passariam a gastar em média 80% das suas receitas com jogadores[111], e houve casos (Itália) em que se ultrapassou 100% das receitas (LIÉBANA, 2016). Assim, a *Serie A* (Liga da Itália) devia € 2 bilhões em 2003, época em que formas suspeitas de contabilidade criativa foram utilizadas, e alguns clubes tradicionais declararam bancarrota: como o *Napoli*, o *Parma* e a *Fiorentina*. Clubes holandeses também revelaram dificuldades: como o *HFC Harleem* (com mais de cem anos, e que faliu em 2010), *Alkmaar Zanstrek* (2008/09) ou o *FC Twente* (2015) (KENNEDY e KENNEDY, 2016). Já na Espanha, em 2002 devia-se € 1,6 bilhões (€ 2 bilhões um ano depois) e obtinha-se receitas anuais de € 1,2 bilhões. Clubes como *Sporting Gijón*, *Celta Vigo*, *Racing Santander*, *Real Sociedad*, *Levante* e *RCD Mallorca* (excluído da Liga Europeia, pela UEFA em 2010/2011) tiveram sérios problemas financeiros. Nessa época, também houve atraso de salários em clubes como *Atlético de Madrid*, *Valencia*[112], *Real Sociedad* e *Valladolid* e em 2004, o *Athletic de*

[109]O endividamento dos clubes preocupa muito as autoridades porque a quebra de alguns deles podem repercutir num efeito dominó de colapso de todo o sistema (MILLER, 2012).

[110]Em 2009-2010, entre as grandes ligas europeias, somente a Bundesliga não fecharia a temporada com a contabilidade negativa (MONSALVE Z., 2012). deporte. Según la UEFA, solo una de las cinco grandes ligas (la Bundesliga alemana) terminó sin pérdidas en términos colectivos en el 2009; el 56% de los clubes europeos de primera división informaron de pérdidas netas; y el 37% de estos clubes tuvieron un valor líquido negativo, lo que significa que sus pasivos superaron a sus activos (MILLER, 2012: 27). As ligas italiana, espanhola e inglesa seriam as de menor regulação financeira no período.

[111]Segundo Miller (2012), os maiores "ganhadores" da globalização (e da "bolha" esportiva) foram os jogadores "celebridades" das principais ligas europeias, em particular os atacantes e meias-atacantes. Não houve aumento considerável de atletas nos clubes.

[112]Com dívidas de € 400 milhões (US$ 540 milhões), depois de abandonar a construção do seu novo estádio (Nou Mestalla), foi obrigado a vender seus principais jogadores em 2010/2011.

Bilbao reduziu salários do seu plantel. Em 2004, o *FC Barcelona* devia cerca de € 200 milhões, o *Real Deportivo La Coruña* € 178 milhões (o clube pediria concordata em 2013), e o *Atlético de Madrid* € 101 milhões. Entre 2004 e 2012, 21 clubes espanhóis haviam recorrido ao mecanismo de "concurso de credores" para evitar o castigo desportivo (a *ley concursal*, foi estabelecida em 2004). Em 2016 os clubes das duas divisões principais acumulavam dívidas de € 4 bilhões (KENNEDY & KENNEDY, 2016). Nos inícios da temporada 2011/2012, seis dos clubes da *Liga* (entre eles três recém ascendidos) estavam buscando proteção frente seus credores. Na Inglaterra *Leeds United FC* (entre 2001 e 2007), *West Ham United* (2009) e recentemente *FC Portsmouth*, também passariam por sérias crises financeiras. Mesmo o *Chelsea* e o *Manchester City* passavam por sérias crises, quando foram adquiridos por magnatas (MILLER, 2012). Na *Bundesliga* as dívidas aumentaram de € 550 milhões para € 900 milhões nas duas divisões principais, em março de 2005, e neste mesmo ano o *Borussia Dortmund* esteve ameaçado de falência. De uma forma geral, e nas divisões mais inferiores os problemas financeiros se agravavam (KENNEDY & KENNEDY, 2016).

Foi nesse cenário que a União Europeia começou a buscar mais controle sobre o futebol (um campo que se constituiu de forma extremamente autônoma, e assim ainda permaneceu na *globalização*), tentando equilibrar as finanças desenfreadas. Em 2006-2007 produziria uma série de relatórios e pretendeu regular mais o comércio, os salários, as vendas coletivas dos direitos de TV, e contrabalançar o poder dos clubes muito ricos. Porém a UEFA e outras federações nacionais reclamariam de "excesso" de intromissão da instituição no futebol, embora inicialmente também contribuíssem com os trabalhos da Comunidade Europeia (RIBEIRO, 2007). Por outro lado, desde a temporada 1997/1998 a UEFA iniciara um projeto piloto para fiscalização dos clubes (lembrando que sua esfera de atuação, neste momento, se espalhava por 53 federações, incluindo antigos Estados socialistas), e desde 2003 estabeleceu a prerrogativa de auditorias anuais e emissões de licenças para competições europeias, nas agremiações. Essas regulações foram se tornando mais restritas ao longo dos anos. A partir de 2009 o próprio presidente da UEFA, Michel Platini, promoveria uma ofensiva pela sustentabilidade financeira, moralização, e racionalização dos gastos exorbitantes dos grandes clubes, que teriam promovido um inflacionamento do campo esportivo (KENNEDY & KENNEDY, 2016). Nesse sentido, a situação de endividamento crônico dos clubes só começaria a ser revertida com a instauração do chamado *fair play financeiro* pela própria UEFA (2011), quando se passou a controlar e fiscalizar os gastos insustentáveis dos clubes (e a "dopagem" financeira, quando o clube recebe vultosos investimentos de fora), ameaçando-os com punições desportivas.

Apesar da constituição desse cenário de insustentabilidade em clubes pela Europa, ela não afetaria os clubes da mesma forma, e seria diferente na sua extensão. As ligas da Alemanha e França,

respectivamente se demonstraram as menos vulneráveis, as mais reguladas e disciplinadas nas finanças. Algumas das grandes dívidas, também, se concentravam mais em determinados clubes dos seus países: caso, por exemplo, do *Schalke 04* e *Borussia Dortmund* na Alemanha, o *Benfica* em Portugal e o *Glasgow Rangers*, na Escócia, em inícios do XXI.

Houve também fatores diferentes para a insustentabilidade, e eles impactavam de formas diferentes em cada lugar. Segundo Giulianotti e Robertson (2009) quatro aspectos principais fundamentam o endividamento dos clubes: 1) Os gastos excessivos com transferências e salários de jogadores. Os altos salários dos atletas, que chegariam a ocupar de 80% pra mais dos rendimentos das agremiações; 2) O colapso (e dependência dos clubes) de grandes grupos de comunicação (como o grupo *Kirch* na Alemanha entre 2001 e 2003, e a *ITV* na Inglaterra, a qual financiava as ligas menores); 3) O colapso de grandes companhias proprietárias de clubes (caso dos italianos *Parma* e *Lazio*); e 4) O fraco desempenho no mercado de ações, com destaque para os clubes da Inglaterra, Escócia, Itália e Alemanha.

A crise econômica nas agremiações variou também com as específicas formas de regulação financeira dos clubes, no tratamento do endividamento deles, tal como num eventual suporte e patrocínio diante de dificuldades econômicas, em cada país. Por exemplo, a França teve uma marcante experiência de dívidas em clubes nos finais de 1980, estabelecendo regulações para o gasto de jogadores enquanto proibia as flutuações no mercado de ações. Assim, as perdas dos clubes na França em 2002-2003 foram bem modestas: € 36 milhões, ou 3% do que se perdia na *Serie A* na mesma temporada. Na *Bundesliga*, restringiu-se a capacidade de empréstimo dos clubes, que deviam respeitar um limite de orçamentos, sobretudo em relação a salários: em 2007 os 36 principais clube deviam juntos € 600 milhões. Na Espanha, ao contrário, os clubes passaram a gastar muito (e sem controle) com jogadores, e conseguiam, às vezes, até ajuda de autoridades. O *Real Madrid*, por exemplo, vendeu seu campo de treino (após uma requalificação conseguida junto ao governo) por € 475 milhões (*pelotazo*), e pode saldar suas dívidas de € 342 milhões de transferências e € 547 milhões para salários, entre os anos de 2000-2005[113]. O *Real Oviedo*, por seu turno, foi ajudado pelo prefeito da cidade sede do clube, após anunciar fechar as portas em 2003, com dívidas de € 28 milhões. Italianos e ingleses tiveram menos regulações legais e envolvimento político, mas com grandes riscos de quebra, sobretudo na *Serie A* em que já havia um histórico de indisciplina financeira. No caso dos ingleses, tida como a liga mais bem-sucedida entre as europeias, em 2007 a *EPL* e seu 20 clubes deviam € 2 bilhões.

Apesar de ao longo dos anos constituir-se maiores cuidados sobre as finanças dos clubes

[113]Essa foi, aliás, a época em que o clube montaria uma equipe de "estrelas" que ficaria conhecida como "Os galáticos".

com sofisticação administrativa neles (movidas no seu interior pelas *identidades ethos-trabalho*), o endividamento ainda constituía, nesse período, um forte potencial de risco dentro da economia futebolística liberalizada. Entre as principais consequências do endividamento financeiro podiam ser destacados o decréscimo das possibilidades de obtenção de crédito, os impactos negativos na imagem com bancos, patrocinadores, ações na bolsa de valores associados aos clubes, mas também junto aos consumidores desses clubes (além do risco de colapso de todo o sistema). Isso teria se passado, por exemplo, com as perdas verificadas por muitos proprietários de clubes diante da crise internacional de 2008. Nessa ocasião, os governos ajudaram muitas instituições financeiras, às vezes comprando parte ou totais delas, e como elas tinham relação com o desporto, muitas vezes os governos também acabaram por se associar financeiramente com alguns clubes, associações, ligas e torneios. Um dos grandes suportes aos clubes, entretanto, foram os contratos longos com as TVs e as vendas de *pay per view*, que lhes deram certa segurança nesse período turbulento (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009). Dessa forma, os maiores riscos, nesse momento para os clubes, recaiam sobre a possibilidade de falência das redes de televisão parceiras.

Em última análise o endividamento dos clubes parece ter sido mais lesivo aos clubes médios e menores nas configurações esportivas, muitos deles que perderiam certo *status* esportivo histórico de desempenho nos campeonatos, enquanto alguns chegariam mesmo a falir ou desaparecer. Isso impactaria nas *identidades*, vez que estes clubes (em geral) perderiam notoriedade e público torcedor (o desempenho esportivo, na maioria dos casos, está relacionado diretamente com aumento/diminuição de torcedores).

4.3 AS "NOVAS IDENTIDADES" NO FUTEBOL

Metamorfoses nas comunidades clubísticas

A *globalização* repercutiu bastante em termos de transformação das *identidades* no futebol. Essa metamorfose foi protagonizada pela ascensão das "novas identidades". Pode-se segmentar dois *espaços* para melhor compreender essas transformações: as comunidades no interior dos tradicionais *Estado-nação* (e sua relação com a selecionados nacionais e/ou com o futebol) e as comunidades clubísticas. Aqui, vamos nos deter no espaço das comunidades clubísticas, embora se considere a metamorfose das *identidades* no interior da simbologia dos selecionados nacionais, um tema com grande potencial de exploração.

Assim, no plano das *comunidades clubísticas* a *globalização* provocaria um maior

apartamento, subdivisões e surgimento de novos atores entre os já diferentes subgrupos que conformavam um clube há tempos como, por exemplo, os habituais atores: torcida, jogadores e os diretores. Esta metamorfose aconteceu por vários *reencaixes* envolvendo os clubes, os laços com as suas antigas comunidades locais e a sociedade global, sobretudo em clubes transnacionais. Tal movimento promoveria, dentro dos círculos dos clubes, jogadores, diretores, e até mesmo de torcedores (uma massa de grandes dimensões), não necessariamente da comunidade sede da agremiação, o que repercutiria nas *identidades* clubísticas. No plano geral, houve maior separação entre círculos diretivos e formações torcedoras, além de uma série de novas combinações e relações identitárias entre indivíduos e agremiações (como o *consumo*, o *ethos-trabalho*, a *tradição* ou o *descentramento*, por exemplo) que demarcariam a inserção das "novas identidades" no universo habitual das comunidades clubísticas.

Estas transformações podem ser vistas numa perspectiva *configuracional* de *reencaixes* entre o *clube* e o *espaço* social, que se alarga na *globalização.* Nessa perspectiva, os *clubes-empresas* (e depois os *TNCs*) representariam um dos epicentros desse processo, refletindo a adoção de novas formas de *estruturas corporativas* como evidências dos novos *encaixes* no tecido *local* e *global*. Assim, até 1980 a maioria dos clubes adotava os modelos de organização que poderiam ser caracterizados pelas siglas *SSSL* (*Spectators-Subsides-Sponsor-Local*), ou seja, clubes que o sistema de financiamento funcionava com base mais local, provenientes de espectadores, subsídios e patrocinadores da mesma região. Com a mercantilização e *globalização* do desporto, os *clubes-empresas* e *TNCs* ascenderiam, se notabilizando pelo modelo que poderia ser abreviado pela sigla *MCMMG* (*Media-Corporations-Merchandising-Markets-Global*), no qual estes clubes se associariam com as mídias, corporações parceiras, mercado de ações numa perspectiva global. Este modelo, entretanto, poderia também se adaptar com as peculiaridades nacionais de alguns *clubes-empresas* ou *TNCs*. Por outro lado, a grande maioria dos outros clubes, não *TNCs*, parece ter continuado no formato *SSSL*, ou desenvolvido modelos híbridos entre um e outro caso, mas pendendo mais para associações *locais*.

Transformação sociais e identitárias nos círculos diretivos: *ethos-trabalho* e ascensão da *cultura corporativa*

Os clubes de futebol (de matriz europeia e latino-americana), em geral, herdaram desde o seu nascituro formas de organização as quais poderiam ser referenciados como modelos "primitivos de empresa", sob uma dada leitura: ainda que não houvesse profissionais e cargos remunerados (na parte administrativa), funcionaram dentro de uma base mínima de hierarquia, divisão funcional de

trabalho, e precisando de algum nível de planejamento e contabilidade financeira. A imensa maioria adotou o formato de associações civis sem fins lucrativos no formato de conselhos, que na verdade acabou por estabelecer-se como um modelo híbrido e que combinou atletas profissionais com dirigentes amadores (PRONI, 1998). Este modelo foi legado pelo futebol inglês (que nos inícios do XX até já acabou incorporando o formato empresarial, na definição da sua atividade) mas se perpetuou ao longo dos anos no resto do ocidente. Na prática, geralmente reuniam uma elite local no nível gestor (do clube) a qual não era nem remunerada, nem profissional das funções, e que exercia as atividades em seu tempo livre disponível e supostamente por motivações passionais. Este era um modelo *tradicional* de gestão, cujo formato também estava mais próximo ao *caldo cultural local*.

Como se viu, os modelos *clubes-empresas* se adaptaram localmente, de formas diferentes, na configuração esportiva global, promovendo em níveis diversos a *identidade* do *ethos-trabalho* nas suas estruturas. Isto algumas vezes afastou membros da comunidade local dos círculos diretivos, ou houve mudanças de antigos dirigentes para outros (ainda da comunidade local), mas mais afinados com as novas demandas. No caso do *FC Barcelona*, como vamos demonstrar, houve convivência e hibridação do *catalanismo* com um modelo extremamente corporativo, em dado momento.

Acredita-se que essas transformações aconteceram acompanhadas em boa parte dos casos (sobretudo no ocidente), de narrativas identitárias favoráveis à mudança nos planos locais, e de ideais de modernização em meio a um cotidiano específico de cada clube em suas trajetórias esportivas (mas também do cotidiano de campeonatos, ambiente competitivo e crítica de dirigentes). Isso porque seria, em grande medida, em contraposição e críticas crescentes ao supracitado modelo *híbrido* que parecem surgir as narrativas e propostas do *clube-empresa* no nível identitário clubístico (mas também no nível social mais amplo, como na crítica da imprensa, e pelo próprio poder normativo dos governos, como já demonstrado), na qual os clubes devem se declarar como entidades com objetivos de lucro (que aceitam e buscam explicitamente formas mercantis de associação); que deveriam começar a empregar profissionais e diretores executivos remunerados com metas definidas para exercer tarefas; que deveriam sofisticar a preparação dos atletas, inclusive pela promoção de rotinas mais intensivas de trabalho em locais específicos: centros de treinamentos com a melhor tecnologia disponível para preparar-se e inovar no jogo; que deveriam complexificar seus organogramas e hiper-especializar as funções administrativas (como a contabilidade financeira, o marketing esportivo, a comunicação, o planejamento na montagem dos elencos, a formação e preparação de atletas, a nutrição esportiva, a análise de desempenho, entre outros).

Desse modo, as transformações dos clubes podem ser pensadas, no nível clubístico, no plano da dimensão identitária que envolvia os círculos diretivos das agremiações, consagrados por

determinadas estruturas de poder, plasmados por formas de organização que (ao seu modo) propunham e implementavam "projetos de futuro" para o clube, diante dos cenários que se apresentavam, cenários que muitas vezes incluía disputas de poder e de *identidades*, ou reações a essas reformas por outros atores do campo esportivo (como, por exemplo, de setores da torcida). Assim, na *Seção 5* deste trabalho, referente a inserção dos clubes (*FC Barcelona* e *RCD Espanyol*) na lógica do negócio, se privilegia uma análise das disputas políticas (dos projetos e conflitos) que envolvem as eleições (as resistências e os dilemas). Também, as narrativas e propostas em disputa, os membros e a forma como se organizavam as diretorias, as medidas e transformações efetivamente levadas a cabo e que pareceram relevantes do ponto de vista de inovação administrativa, as medidas em relação aos símbolos dos clubes (hinos, camisas, escudos), o desempenho esportivo e financeiro das gestões. Também, se apresenta alguns quadros financeiros das agremiações[114]. E ainda, relaciona essas transformações às percepções das performances esportivas mais proeminentes nas comunidades clubísticas e questões sociais, culturais e políticas mais amplas que envolviam a sociedade catalã e a agremiação. Assim a análise das *identidades* nos clubes, e do *catalanismo*, são vistas de forma histórica, descrevendo uma trajetória de disputas de poder e consagração. Como se verá, na *globalização* dos clubes a transição do modelo *tradicional* para aquele que consagra as *identidades ethos-trabalho* (modelo empresarial/corporativo) nos dois clubes (de formas diferentes) não se dá eliminando o *catalanismo* (que se fortalece), mas interagindo com ele.

A reconfiguração das formações torcedoras

A *globalização* e as "novas identidades" impactaram na reconfiguração e surgimento de novas *formas torcedoras*. Essas transformações se deram muito, também, influenciadas por *formações torcedoras* antigas em geral, e das organizadas de matriz europeia e latino-americana, que eram anteriores a década de 1980, no campo esportivo. Essas formações também se reconfiguraram.

Poder-se-ia afirmar que em geral as *formações torcedoras*[115], desde a popularização do

[114]Faz-se a ressalva de que esses números sejam vistos mais como uma referência financeira do que dados exatos. Isso porque essa projeção foi construída a partir de diferentes fontes que tivemos acessos, e aconteceu (não poucas vezes) de aparecerem números divergentes para um mesmo período.

[115]Segundo Georg Simmel (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009), a sociabilidade no futebol, que dá origem as comunidades clubísticas e formações torcedoras, poderia ser explicada como uma busca por práticas de emancipação lúdica e igualitárias (satisfação pela assistência, pela conversa ou prática), experiências que seriam importantes na vida urbana já na modernidade (demarcada pela individuação, atomização e alienação). No plano das formações torcedoras, Simmel distinguiria três tipos de formação social, historicamente possíveis: a) preliminary, formas emergentes, amorfas e proto-culturais, que seriam respostas práticas individuais a circunstancias sociais específicas (como formações não tão efêmeras de torcedores de um time, mas apenas mantida durante a partida); b) objective, formas que podem aparecer em um estágio posterior á preliminary, quando a dependência ou circunstâncias práticas são removidas e a autonomia acontece (por exemplo, quando o coletivo de torcedores permanece além da partida ou do encontro no estádio); c) world,

futebol ocidental, seriam caracterizadas por uma dada diversidade dentro de um universo mais masculino, seja nas suas práticas ou nas suas *identidades*, e essa heterogeneidade permaneceria, embora se tornando mais complexa. Haveria, ainda, diferenças que mereceriam ser destacadas: por exemplo, no Brasil (ao contrário de boa parte da Europa) ser associado de um clube parece ter sido por muito tempo uma prática mais restrita as classes médias e altas, enquanto a maior parte da população (mais humilde) não vivia o pertencimento dos "clubes sociais" e não exercia papel representativo/decisório na governança das agremiações. Parecia ter uma sociabilidade mais irregular e pragmática (resultados) com o clube, uma relação mais populista/paternalista proposta pelos próprios dirigentes, abarrotando estádios precários e grandiosos em "grandes jogos" (através da compra de ingressos avulsos), mas que não viviam o cotidiano social dos núcleos duros clubísticos, embora o caso das *torcidas organizadas* (e das torcidas dos clubes em geral) tenha associado os clubes de forma permanente à cultura popular desde os inícios das agremiações, e isso tinha desdobramentos políticos também (dentro e fora do clube)[116].

As formações locais torcedoras, de equipes e selecionados, comumente herdaram também tradições identitárias de fortes lealdades e rivalidades. Os tipos de rivalidade poderiam variar, baseadas no "*caldo cultural local*" que conjugavam e contrapunham vários elementos de cunho territorial, de classe, de etnia, etc. Muitas dessas identidades acabariam por se relacionar, com a *globalização*, e incorporar a identidade *hooligan*, de tal modo que se possa afirmar que o *hooliganismo glocalizou-se* em vários subtipos, em diferentes lugares do mundo.

Para o caso das formações torcedoras organizadas, houve inúmeras variações nacionais e regionais desde 1960. No norte da Europa, houve o padrão *hooligan*, demarcado pelas noções de localidade citadina, a assistência ruidosa atrás dos gols, a defesa das cercanias do estádio, violência na rua, a subcultura e sociabilidade em *pubs* (tal como o pioneirismo do movimento *fanzine*), cujo enfrentamento com a esfera pública em fins de 1980 foi um dos motivos para a transformação estrutural do futebol profissional mundial, e sua segregação dos estádios britânicos. Os *hooligans* ingleses também tiveram uma trajetória de rupturas na *globalização*, como na transição do modelo *skin* para o *casual* buscando não ser reconhecidos por organismos que os combatiam (VIÑAS, 2005).

---

forma superior de sociabilidade, operando em formas sociais de grandes dimensões, permitindo seus protagonistas modelar os seus conteúdos de forma autônoma (por exemplo, quando o clube simboliza a integração mais vasta de uma comunidade, reforçando uma identificação integral que já dispõe de um habitus consolidado e protagonista na vida social dos indivíduos e grupos sociais, localmente). Nessa perspectiva, a forma preliminary poderia ser apontada como a mais difundida durante a globalização, com formações torcedoras efêmeras para clubes globais.

[116]De todo modo, a relação das torcidas (mais distantes do cotidiano e dos círculos políticos formais do clube) sofreria uma inflexão a partir de meados da década de 1990, quando os "grandes clubes" no Brasil passaram a promover programas de "sócio-torcedor" que propunham ao torcedor comum a participação mais regular na vida do clube, inspirados em modelos europeus e busca de mais receitas. Porém, propôs-se mais uma identidade de consumo ao associado (e "benefícios") do que o pertencimento social político (que permaneceu restrito na maioria dos clubes).

No sul da Europa (Itália), em contraste com as culturas *hooligan* dos "terrace" surgiria a chamada formação *ultra,* mais visual e pirotécnica (com grandes mosaicos, grandes bandeiras e autofalantes), que desenvolveu um padrão de associação mais politizada (da extrema esquerda à extrema direita), e com mais componentes femininos (e mais compromisso com coreografia e performances visuais nos estádios), que também se disseminaria em formas glocais[117]. Estes grupos também partilharam de uma tradição de subdivisões, sendo comum a existência de mais de um grupo *ultra* (divergentes) em um mesmo clube, como ocorreu na Itália e na França. Os *ultras* italianos também enfrentaram restrições ao seu modelo (seja pelo maior controle dos governos e mercantilização do desporto) e inclusive seriam pioneiros numa reação mais conhecida, inicialmente através da criação e disseminação do slogan "Against Modern Football" (NUMERATO, 2014) que depois se espalharia pelo mundo. Já na América Latina, haveria a tradição das *Torcidas Organizadas*, e dos chamados *Barra Bravas* (ou *hinchadas*), que têm um histórico de ligações políticas informais com dirigentes dos clubes, confrontos com a polícia, e na Argentina são associados aos altos índices de fatalidade. Esses últimos dois modelos também sofreram restrições (em menor medida que na Europa) pela mercantilização dos estádios e maior controle dos poderes públicos locais, mas também podem ter experimentado a incorporação de níveis mais altos de marginalidade (como a adoção de práticas de violência mais letais e associação com o tráfico de drogas, por exemplo), refletindo de certo modo o empobrecimento e *atomização* nas periferias latino-americanas durante a globalização.

Em um caminho anverso à mercantilização do desporto, as *formações torcedoras* reagiram muitas vezes reivindicando os laços tradicionais nos clubes (negando o protagonismo das *identidades consumo*, da transformação dos estádios e dos clubes como marca). Nesse sentido, surgiram movimentos ou grupos representativos para restabelecer sua "voz" dentro dos círculos gestores, ou tomar parte no desenrolar do processo, numa disputa pelo direito ao clube e ao estádio (SIMÕES, 2016). Esta é uma reação que pode ser inscrita dentro de um fenômeno mais amplo, de rejeição ao próprio *neoliberalismo* em escala global e da mercantilização do mundo do lazer e da cultura, ou da própria luta pelos espaços citadinos. Esta inflexão tomaria formas *glocalizadas* no planeta[118]. Kennedy e Kennedy (2016) destacam também que essa reação tem sido lida por alguns autores como uma resistência ao capitalismo no campo cultural por meio do futebol (sua reprodução em termos de

[117]Como o East european style, demarcado por grandes faixas e caxecóis, ou German style, demarcados por grandes sintonias em mosaicos.

[118]Por exemplo, na Itália epicentro do movimento "No al calcio moderno" (1999), a lutas se dá mais nos espaços do estádio em performances visuais. Na Alemanha, os torcedores se organizariam para manter e reforçar o sistema 50%+1 e os ingressos baratos. Outra seara de disputa seria sobre as transmissões em TVs públicas, tradição ainda forte na Bundesliga. Na Holanda, o objetivo seria manter as identidades construídas por gerações, enquanto na Grécia o foco seria a questão das viagens. De forma geral, a luta de torcedores organizados por mais voz, e contra a inserção dos negócios se tornaria mundializada (KENNEDY e KENNEDY, 2016).

atomização à cultura local*, consumo* ou a promoção do *ethos-trabalho*), considerando que o núcleo de grande parte das torcidas historicamente foi formado por setores populares e classes trabalhadoras, com vínculos culturais locais. Entretanto, destaca que apesar da mercantilização do desporto, a força do capital ainda é difusa e instável, o que é justamente permite a ascensão daquelas identidades torcedoras (confrontativas) dentro do desporto.

Vale destacar que no interior desse processo, na Inglaterra, houve inflexões destacadas que conflitaram com alguns movimentos do futebol negócio. Entre elas, vale citar ascensão coordenada de grupos torcedores no Liverpool contra proprietários estado-unidenses, nos inícios do XXI (que provocou a mudança de propriedade do clube), e mesmo uma refundação do Manchester United para Football United of Manchester, por torcedores descontentes com a propriedade da agremiação pela família norte-americana Glazer, em 2005. Na Inglaterra, houve também movimentos destacados em que os torcedores se organizariam para adquirir ações dos clubes (*supporters trusts*), com vistas a retomar o poder decisório nas assembleias. Isto ocorreu durante o governo trabalhista de Tony Blair (2000), ficando conhecido como *Supporters Direct*. O modelo seria inclusive exaltado pela *UEFA* na gestão de Michel Platini, a qual manifestou interesse e expandir a iniciativa para Europa, de forma geral.

Outro fenômeno a ser apontado, seria que as *identidades descentramento* também ganhariam espaço nas formações torcedoras, com a ascensão das chamadas torcidas *antifascistas*, *torcidas queer*, *torcidas híbridas* (locais e de imigrantes) e *torcidas femininas* (refletindo uma maior inserção da mulher no esporte)[119]. Por outro lado, *identidades fundamentalistas* também apareceriam, em formações torcedoras *islamofóbicas*, *racistas*, *xenofóbicas*, *neofascistas* ou *neonazistas*[120], a ponto das próprias instituições do desporto (e ONGs ligadas a ele) procuram combater, como a UEFA ou a FIFA. Essas expressões demarcavam metamorfoses sociais mais amplas que experimentava a

[119]Em consonância com as identidades descentramento, haveria uma revigoração da estética punk DIY ("Do it yourself"), e outras subculturas e éticas diversas (combinadas ou não) como aquelas calcadas na autonomia, nos laços solidários, na localidade, na música e moda independente, formas de comida e agricultura orgânicas, no veganismo, na busca e uso de energias alternativas, no mutualismo e na cooperação como códigos sociais (em oposição à mercantilização e competição) dispersas em inúmeras formas de tribos urbanas.

[120]Grupos na Grécia de extrema direita conformam-se para apoiar a seleção, formando o "Blue Army" associado ao orgulho nacional grego. Eles costumariam atacar também comunidades albanesas, turcas, macedônias, muçulmanas e judias do país. Na França comunidades árabes teriam sido atacadas pelos torcedores do Paris Saint Germain no metro, em 2008. No futebol alemão, vários grupos torcedores se colocariam como "anti-imigração", associando-se com o NDP (Nacional Democratic Party) grupo de extrema direita expansionista, cujo um membro faria uma declaração contra o jogador Mesut Özil, como "alemão de plástico", por causa de sua descendência turca. Na Irlanda do Norte, a violência apareceu em torcedores locais contra minorias étnicas, mais especificamente do leste europeu , como contra poloneses imigrantes em Belfast, em um amistoso em 2009, entre Polônia x Irlanda do Norte. Torcedores italianos da Roma também foram atacados por extremistas na Hungria, e na Rússia torcedores ligados a protestos extremistas nacionalistas se notabilizariam por ações contra muçulmanos, a entrada de imigrantes do Cáucaso e de países centrais da Ásia (KENNEDY e KENNEDY, 2016).

sociedade, e se disseminariam em *conexões* mundiais e redes internacionais, proporcionadas pelas novas tecnologias.

A *globalização* também possibilitou intercâmbios culturais entre formas torcedoras destacadas, de territórios diferentes, revelando processos de *hibridação*. Ingleses e italianos, nessa perspectiva, se influenciaram mutuamente: italianos reconfigurando as formas *ultras* (incorporando códigos de subculturas jovens inglesas) e ingleses transformando o *hooligan* (incorporando formas mais coloridas e vibrantes) destes locais. Neste caso, houve a mistura de códigos das subculturas torcedoras. Nessa mesma direção, cita-se a transformação do *ethos* das torcidas japonesas, que no início da década de 1990 celebravam seus clubes mesmo nas derrotas, além de reverenciarem os seus adversários. Isso aconteceria, segundo Giulianotti (1999:30) porque "...com suas misturas econômicas e religiosas do confucionismo espiritual com o coletivismo do Estado/mercado, promoveram as virtudes da solidariedade e da harmonia social". Crescentemente, os nipônicos passaram a incorporar códigos de rivalidade e formações organizadas inspiradas nas torcidas ocidentais. Parece razoável pensar que a *conectividade,* por meio das transmissões internacionais, novas tecnologias e internet, permitiu também a propagação, conhecimento e influências de modelos diversos do torcer ao redor do mundo, como dos *barra bravas* no Brasil e o *hooliganismo* na Rússia. Também parece plausível pensar que permitiram coesão entre esses grupos torcedores nas suas matrizes locais, seja pelo lançamento de *sites*, comunidades virtuais ou mesmo com provocações e agendamento de confrontos que se propagaram, por exemplo no Brasil, entre núcleos de torcidas organizadas rivais via *Orkut,* nos inícios do XXI (O GLOBO, 2006).

Nos países de democracias liberais e antigos países socialistas, permaneceriam formações torcedoras que se inspiraram inicialmente no padrão *hooligan*, mas que (geralmente) não buscaram efetivar e exibir um estatuto jurídico. Na China, paralelo ao crescimento do futebol, o governo passou a regulares grupos coletivos no desporto, preocupado com uma possível proliferação da cultura europeia e latino-americana do torcer.

Na Espanha, a tradição e peculiaridade de formações torcedoras *penyes* (pequenos grupos de adeptos surgido em Barcelona em meados de 1940, que estão ligados a forte sociabilidade dos seus membros, com rituais em maneiras próprias de pequenas associações locais, como em bairros) seriam as bases para o surgimento de uma nova forma torcedora: os *ultras* (ou *hinchas radicales*), grupos de torcedores mais jovens, do início de 1980, que vinham das *penyes,* mas queriam diferenciar-se daquele modelo de formação, inspirados pela ruptura geracional e pela proposta de uma nova forma de torcer. Os *hinchas radicales* exploraram as liberdades públicas da era pós-Franco e foram influenciados pela *conectividade* transnacional – pela Copa na Espanha em 1982, quando

encontraram várias formas de torcer (*brasileira, escocesa, italiana* e *inglesa*). Haveria associação muito estreita com ideologia política, *etnoterritorialidade* (fenômeno forte na Espanha) e problemas com a violência. Os *hinchas radicales* sofreriam, também, restrições com a *globalização* do futebol, por instituições do desporto ou aparelhos estatais.

As formações torcedoras também se reconfigurariam quando uma ampla gama de torcedores não locais passou a se incorporar aos clubes, sobretudo aos chamados clubes *TNCs*, evidenciando *identidades híbridas, descentradas* e *consumo.* Para tal, foi fundamental a ascensão de novas tecnologias, tal como de torneios de repercussão global como a *UEFA Champions League*, ou a *Copa do Mundo*. Nesse sentido, houve as formas torcedoras transnacionais "auto-inventadas", surgidas entre os seguidores de futebol sem nenhuma ou pouca conexão biográfica/territorial com o clube/nação favorito, como o público asiático (ou mesmo mundial), para os clubes ingleses, europeus ou as seleções de elite. As mídias (ídolos e marcas esportivas) transnacionais foram essenciais para formar e maturar esse tipo de torcedor, embora tenha também ocorrido de alguns desses torcedores já disporem de oportunidades mais recorrentes e acessíveis de viajarem para conhecer ou acompanhar as partidas dessas equipes, localmente. Tal fenômeno também aconteceu, por exemplo, no Brasil, mas no plano interno, nacional/regional ou seja: núcleos torcedores em partes do país mais afastadas, aderiam clubes de grandes centros urbanos (como Rio de Janeiro ou São Paulo).

Os fluxos migratórios também repercutiram nas formações torcedoras. Alguns grupos torcedores ganharam características de grupos de diásporas que sustentaram e estimularam suas lealdades *tradicionais*, memórias coletivas ou individuais, favorecidos pela crescente *conectividade* proporcionada pelo avanço das mídias tradicionais e das novas tecnologias, reativando formas profundas de solidariedade mesmo distantes da sua terra natal. As migrações e a *conectividade* possibilitaram assim o surgimento de tipos específicos de identidades torcedoras transnacionais. Surgiram, por exemplo, grupos de migrantes que acompanharam (e por vezes se organizaram para assistir) seus clubes/seleções de origem, por meio das transmissões internacionais e tecnologias, ou mesmo os recepcionaram nos estádios quando eles jogaram no exterior (como, por exemplo, os turcos na Alemanha).

As migrações, e novas possibilidades de *conectividade*, também proporcionaram o reforço das chamadas "identidades de fronteiras", que podem ser entendidas como *híbridas* e/ou *descentradas*. Sejam aquelas no intercâmbio entre dois ou mais territórios, como, por exemplo, entre escoceses/ingleses, bascos da França/Espanha, migrantes de antigas metrópoles/colônias, ou aquelas incrustadas em outro território, como os italianos no Palmeiras, portugueses no Vasco da Gama, latinos com LA Galaxy (MLS), e os ingleses no Málaga da Espanha.

A *lealdade tradicional*

Um elemento chave e destacado para discussão no período, da transformação das identidades no futebol, é expresso pela categoria da *lealdade*. Ela demarca a ascensão das *identidades consumo* e o conflito com as *identidades tradicionais*. Nessa perspectiva, argumenta-se que a *lealdade*, a forma de ligação entre clube e sua comunidade se alterou (ou pelo menos dividiu cada vez mais espaço) de uma forma mais *permanente* e *holista*, para uma mais *efêmera* e *individualista*. Tal processo, porém, não seria linear ou meramente dicotômico, demarcado ainda por várias especificidades locais.

O fenômeno futebol já foi recorrentemente comparado com a religião, tendo leituras destacadas nesse sentido de Eduardo Galeano e Manuel Vázquez Montálban (por exemplo), mas também de intelectuais que associaram essa possível marca transcendental a uma dada visão marxista, do desporto como "ópio do povo". Superando juízos de valor, ou ideia de mero "irracionalismo", são referenciais algumas análises que se propõem a pensar o futebol, no aspecto das *lealdades tradicionais*, sob a ideia da religião, tal como já havia sugerido Hobsbawm (1982) ao afirmar o futebol como "religião leiga" da classe operária inglesa (DUCH, 2003; DA MATTA, 1982)[121]. Uma das semelhanças principais seria que ambos os fenômenos sociais demarcar-se-iam como símbolos de forte coesão, pertencimentos, e refletiriam autoridade moral e coletivismo baseado na *solidariedade mecânica* (em que o "nós" prevalece sobre o "eu"), promovendo afetividade, rito, dramatização e devoção das pessoas em torno desses símbolos culturais (GIULIANOTTI, 2010). Duch (2004) destacaria que, associada a essa "aura" sagrada, o futebol incorporaria, *tradicionalmente*, a simbologia de uma guerra. Nessa linha, uma partida de futebol (como um culto religioso) se desenvolveria como um ritual, de expressões sociais catárticas e de êxtase, através da adoração dos clubes e seus jogadores, e mais: enfrentamentos com significados bélicos e sagrados, vivenciados de forma coletiva. E ambos também permaneceriam (e seriam demandados) nas *sociedades modernas ocidentais*, em que a ciência e a razão se consagrariam como autoridades morais, ascendendo um modelo individualista e industrial no corpo social, que passou a orientar os indivíduos mais na direção da *solidariedade orgânica* e utilitária, onde prevalece o "eu" sobre o "nós" (ou se constroem em sinergia, de maneira interdependente).

Tal relação foi denominada de *"clubismo"* e "*totemismo moderno*", por Arley Damo (2012), destacando possíveis traços (nela) da "cultura do patriarcalismo": laços pessoais, de sangue, de honra e de confiança entre homens, base relacional principal em que se assentavam as chamadas sociedades

[121]Duch e Da Matta sugerem a antropologia como um caminho potencial para pensar o deporto em termos de associação simbólica com o mundo mágico e religioso (e a ideia do destino), sem conotações de mera "alienação".

tradicionais (prévias e menos complexas que as industriais). Assim, apesar da escolha clubística operar de forma análoga à escolha política (na democracia representativa), pois implicaria um *posicionamento* (compromisso com um conjunto de valores e rechaço de outros no "espaço público"), tal escolha seria influenciada e mediada pelos laços de proximidade e pessoalidade do indivíduo (pais que levam para uma primeira partida no estádio, amigos que dão uma camisa de presente), e cuja permanência deveria ser definitiva e incondicional. Seria, enfim, um *pertencimento social* que promoveria um cotidiano engajado emocionalmente, e caracterizado:

> ...por uma forte conotação exclusivista (dito único e imutável), um tipo anacrônico se pensado em relação à modernidade e, sobretudo, à contemporaneidade, em que sobressaem as escolhas do tipo mutável, reversível, instrumental e assim por diante (DAMO, 2012: 49).

O *"clubismo*" teria influências, também, na sociabilidade burguesa que incorporou o ideal romântico, e inspirou o caráter amador entre os primeiros clubes (dessa forma, os distintivos dos clubes no lado esquerdo do peito não seria por acaso) e do próprio *olimpismo*. Mesmo com a profissionalização dos jogadores, tal ideal persistiria com o público, e mesmo nos círculos diretivos, os quais também continuariam ocupados (por um bom tempo na maior parte dos clubes) por pessoas ligadas aos clubes pela afetividade, ou pelo menos com essa justificativa.

Assim, as partidas de futebol se organizariam no interior de circuitos e enfrentamentos dos "*clubismos*". Os principais seriam os chamados *"dérbis*", que aglutinariam e confrontariam pertencimentos opostos por categorias e questões sociais (classe e etnia, por exemplo), geralmente e historicamente tensionados na sociedade, realimentadas no dia a dia, e drenadas da sociedade para a configuração esportiva, fomentando ainda mais os "*clubismos*".

Alguns autores destacaram que a *lealdade tradicional* poderia ter se constituído mais entre os setores populares do que os mais abastados (TAPP, 2004), que fruiriam o esporte de forma supostamente mais equilibrada e racional e, portanto, sua relação com o clube seria pretensamente mais *esclarecida* (HOLLANDA, 2009; DAMO, 1998). Nessa mesma direção, também se apontou que o comportamento mais catártico (performances visuais, verbais e corporais) seria mais presente nos estratos mais humildes, e uma das evidências seria a setorização de longa data verificada nos estádios: as tribunas cobertas e com cadeiras; as arquibancadas feitas para aglomerar as massas em pé, em cujas quais nasceram as matrizes torcedoras destacadas pelo mundo. Os *barra bravas, ultras, hooligans* e *torcidas organizadas* (é possível que entre as torcidas não ocidentais, o caminho não fosse o mesmo). Inclusive, as etimologias locais sobre as formações torcedoras, sugerem que o comportamento catártico possa ter se instituído paralelo a popularização do esporte, em várias partes do mundo de forma análoga: *fan* (de *fanatic*) e *supporter* (apoio) na Inglaterra; *tifosi* ou *tifoso* (de "doente") na Itália; *hincha* (de "inflado") na Argentina, Uruguai e depois Espanha; *adepto* (de

"religioso") em Portugal; e *torcer* (que se "contorce") no Brasil (HOLLANDA, 2009). Dessa forma, apontou-se que, no Brasil, tal divisão de classes na forma, amplitude e na estratégia do torcer, poderiam estar refletindo formas veladas de *vontade e representação política* pública, de matriz popular e jovem, a partir da estética artística das performances torcedoras (HOLLANDA, 2009), e/ou associadas a uma "fome" de liberalismo, isonomia e democracia (DA MATTA, 1982). Neste caso a catarse (e o próprio lazer), refletiria expressões políticas diversas pela via emocional, para além de apenas um momento geral de "escape" social, mero irracionalismo, incivilidade, ou só uma *busca de excitação* controlada, demandada pelos indivíduos nas sociedades modernas, altamente reguladas (ELIAS, 1992).

Pensar em *lealdade tradicional*, seria assim pensar também no que motivou os indivíduos (historicamente) a buscarem o *pertencimento* em uma comunidade clubística em termos exclusivos, e isso inclui ir aos jogos, comprar produtos do clube, ler notícias, estabelecer círculos de discussão sobre futebol no cotidiano. Se pensarmos nos termos das "necessidades humanas" conforme defende o psicólogo Abraham Maslow, teríamos que as comunidades clubísticas ofereceriam um espaço de satisfação do que seriam "necessidades universais do indivíduo", e que iriam muito além de uma "busca de excitação" (ELIAS, 1992), e no qual o *pertencimento social* seria apenas a "porta de entrada" para outras possibilidades de benefícios. Abrangeria ganhos (ou demandas), desde as fisiológicas, passando por segurança, sociais, de estima/reconhecimento até a realização pessoal. Estes ganhos e demandas, por muito tempo só podiam ser preenchidos a partir de vínculos locais (e pessoais) devido a limitação territorial da *conectividade* dos indivíduos antes da *globalização* (da segunda metade do XX). Em um posicionamento parecido, Arley Damo (2001) chamaria a atenção que para além de efeito "catártico e restaurador", o *pertencimento clubístico tradicional* atrairia por inscrever componentes políticos, religiosos, econômicos, ou um amplo espectro sociológico de demandas, catalisadas e sintetizadas a partir do torcer. Nesta leitura, Damo afirma que o *pertencimento* clubístico seria o elemento fundamental para própria entrada no universo esportivo, onde haveria a possibilidade de enfrentar "opostos" identitários (*jogo absorvente*), e ao enfrentar vivenciar um *ritual disjuntivo* (em que se oferece um suspense dramatizado a batalhas, nunca definitivas).

Em síntese, essa relação em termos de lealdade, de entrega total, de exclusividade, de abnegação, de sacrifício, de incondicionalidade e eternidade do torcedor ou aficionado em relação ao seu clube/seleção, seria uma característica mais ou menos geral, uma permanência de ainda vivenciar, identificar-se e sociabilizar-se por intermédio do esporte. A *lealdade tradicional* no futebol representaria, fundamentalmente (assim), uma dada forma de relação com o clube pautada na *devoção*

exclusiva, e a vontade de conservação dos seus símbolos consagrados ao longo da história.

A l*ealdade moderna*

Uma das chaves, no plano *ideal*, que diferenciaria a *lealdade tradicional* para a *lealdade moderna* seria justamente como se insere a balança eu/nós configuracional nessa relação. Na *lealdade moderna* a ligação principal é individual e *consumista*, então a satisfação individual seria colocada (pelo sujeito) em primeiro plano em suas experiências esportivas (sem maiores "compromissos" coletivos), diferente da *lealdade tradicional* quando o indivíduo se disponibilizaria a abrir mão da satisfação apenas individual, priorizando uma satisfação coletiva (pertencimento social *incondicional*, *exclusivo* e forte *devoção*). Na *lealdade moderna*, a ligação com o clube é também mais efêmera em relação à *lealdade tradicional*, pois se aproximaria mais da *simpatia* do que do *pertencimento social*. A *lealdade moderna* refletiria a inserção das *identidades consumo* nos domínios torcedores, mas também a inserção das *identidades ethos-trabalho* nos círculos gestores, vez que foram também partir de iniciativas dos clubes (das TVs, e indústrias que se associaram ao esporte), que se utilizando de ferramentas sofisticadas de gestão e marketing (como o *branding*), visando expandir o seu público (e/ou melhor extrair dele resultados financeiros, como através da construção de novos modelos de estádios voltados para a otimização do lucro) que se buscou dar espaço e induzir cada vez mais uma conduta *consumista* de busca de satisfação individual, sem necessidade de compromissos mais duradouros com as *tradições* das agremiações (embora a ideia de *fidelização* também conforme os objetivos dessa lógica, ou estratégias mais recentes de marketing que buscam construir relações mais humanas para além do *consumidor*). Esse tipo de relação do público esportivo com o clube teria seus primórdios na chamada "*sociedade de consumo*", que começara se estabelecer no ocidente, ainda entre 1950/1960, com destaque para a sociedade norte-americana dentro do espírito do *american way of life* (PRONI, 2000).

O *consumo*, como estilo de vida, a partir de então cada vez mais adentrou a vida das pessoas, protagonizado e oferecido a partir das mídias de massa e vivenciado intensamente no tempo livre, o "tempo de entretenimento" dos indivíduos. A invenção do televisor e sua disseminação social é um fator destacado nesse processo. Esse estilo de vida, que reúne produção em escala industrial e consumo em massa de bens culturais, logo vai se expandir para a Europa e, na sequência, por boa parte do mundo, incorporando o esporte de forma geral, reconfigurando suas bases, a maneira de experenciá-lo e o seu próprio público. O esporte de alto rendimento, que ascende com a sociedade de consumo em massa, baseado em práticas mercantis, nos moldes empresariais na sua estrutura

organizativa, que se associa, se apresenta e se distribui nas mídias de massa, sem limites territoriais, por transmissões via satélite sob o formato de espetáculo de entretenimento para *consumo*, pode ser sintetizado como *esporte espetáculo*. Foi nos Estados Unidos que tal paradigma foi inaugurado, obtendo amplo sucesso (no futebol americano, beisebol e depois no basquete, por exemplo) configurando, nessa época, já grupos de interesses e mais complexos em torno do desporto. Promoveu os conceitos de "*liga*" e os "*clubes franquias*" (PRONI, 2000). Mesmo na tentativa (sem êxito) de implantação de uma liga futebolística, a NASL (1968-1984), as bases foram já sobre o paradigma do *esporte espetáculo*.

Por outro lado, no futebol europeu e mundial, foi na década de 1970, sobretudo a partir da gestão de João Havelange na FIFA que houve uma associação crescente com o mundo das multinacionais, das mídias e do negócio[122]. Foi mais ou menos nesse momento, também, que o público esportivo começou a se fragmentar e se desterritorializou (com a ascensão da TV e das transmissões internacionais), começando a ser repensado em termos estratégicos e otimização de lucros, como (por exemplo) através da ascensão do formato de novos estádios e arenas esportivas (mas também o público esportivo telespectador) que conflitava com a aura religiosa, cultural e *topofílica* dos monumentos esportivos (geralmente entrelaçados com a história da comunidade local) em favor de uma aura *turística*, como centros de negócios e de *consumo* (ou do *espetáculo* televisivo). Promovia-se a *identidade consumo* no futebol.

Sobre a reconfiguração de aparelhos esportivos (que começaram a se disseminar pelo mundo), esta teve como inspiração o modelo estado-unidense e a experiência inglesa pós-1990[123]. Neste último caso, as reformas dos estádios foram impostas pelo governo (mas também pelo mercado do *espetáculo*), e provocariam a reconfiguração do público esportivo presencial, com outro tipo de assistência sendo atraída para o futebol. Na *EPL* (*English Premier League*), os preços de ingressos, entre 1990 e 2000, aumentariam mais de 700% paralelo ao crescimento de um público de mais idade, condições econômicas melhores e a restrição de torcedores tradicionais de origens mais populares, dentro dos campos. Também houve a inclusão de espaços (como os camarotes) e uma série de *tickets*

[122]Nesta época, os domínios do futebol mundial começaram a incorporar empresas multinacionais de patrocínio, como a Coca-Cola e a Adidas. Neste aspecto, vale lembrar que a ISL (International Sports and Leisure) foi uma empresa constituída por Horst Dassler (fundador da Adidas), e que passou administrar os negócios da FIFA (MILLER, 2012). Além de empresas multinacionais, também conglomerados de mídias internacionais. Vale notar, também, que a Copa de 1970 inaugurou efetivamente o público televisivo via satélite, sendo transmitida ao vivo pra vários países, e paulatinamente aumentou o número de participantes (tal como uma melhor articulação entre a entidade e federações asiáticas e africanas). Em 1977, ainda, a FIFA libera o patrocínio comercial nas camisas dos clubes. Finalmente, foi nesse contexto que os clubes buscaram cada vez mais o formato empresarial e a formação de ligas, promovendo uma ruptura no modelo tradicional híbrido de clubes que conjugavam gestão amadora e atletas profissionais (conforme já exposto), associando-se estreitamente com o mundo da produção e consumo em grande escala.

[123]Ver *Clientes versus Rebeldes: novas culturas torcedoras nas arenas do futebol moderno*, de Irlan Simões.

de venda para grupos especificos (homens de negócios e funcionários de empresas), e a ascensão como centro de consumo, de publicidade e de múltiplas possibilidades de negócio (não restritas aos dias de partida). As Copas de 1990 (Itália), 1994 (Estados Unidos, que já tinha uma tradição nesse modelo), e 1998 (França) interagiram e se notabilizaram pela promoção desses novos formatos de aparelhos esportivos (construção e reformas), do *all seated stadium* e de um novo perfil de público. Paralelamente, a própria UEFA (e a FIFA) passariam a exigir um determinado conceito de estádio (para abrigar suas competições, ou dos clubes disputantes), desde 1990, demarcado pela exigência de assentos numerados em todo campo e camarotes, com padrões detalhados de conforto, segurança, centros de mídia, salões para coletivas, áreas mistas, displays de LEDs, telões, conceito de multiuso e uma arquitetura específica para oferecer um entretenimento ordenado e a transmissão televisiva (KENNEDY & KENNEDY, 2016). Seguindo esses preceitos, na Europa em geral cerca de 300 estádios foram construídos desde 2000 (sendo 90 deles para mais de 25 mil pessoas), número que se ampliaria mais, se considerado os estádios reformados, envolvendo (nessa onda) a maioria dos clubes das cinco principais ligas europeias. Um terço dos novos estádios seriam levantados no leste europeu, paralelamente a inclusão de 16 nações na UEFA desde 1990 (perfazendo um total de 54). Os valores para financiar essas construções viriam do Estado, fundos da União Europeia, e parceiros privados (sobretudo no leste europeu).

Ainda, na Copa da Alemanha de 2006, os torcedores passaram a ser mais controlados em suas performances e suas vestes, para não atrapalhar patrocinadores ou exibir comportamentos indesejados. No caso das Copas, surgiram as "fans fests" locais, muito para alocar os torcedores das sedes da Copa que não podiam comparecer aos jogos. Esse modelo de *gentrificação* dos estádios se disseminaria em muitas ligas pelo mundo, sobretudo nos clubes mais protagonistas (embora na Alemanha seu efeito foi restrito, devido a questões particulares) impactando nas *identidades*. Restringiram-se as antigas formações torcedoras, de base *holista* (geralmente associadas a comunidade local), e suas performances (cantos, faixas, bandeiras, pirotecnia e coreografias) em locais específicos dos estádios (as *ends* ou *curvas*) que permaneciam fomentando o sentimento de camaradagem, o senso de *lugar* e nomes para estes lugares nos estádios[124]. O aumento dos ingressos foi um fenômeno comum, que impactou no declínio de torcedores jovens das classes mais humildes e trabalhadoras, em favor de torcedores de classe média[125] e do público família. A ética da *catarse* (vencer como ideal supremo) também seria reconfigurada, em direção à ética *família* (entreter-se e

[124]Como o Gate 13-Parathinaikos; o South Bend Texas –Bursapor; o South Boyz-Malmo; o Ofensiva 1906-Sporting Lisboa; o Juzni Front-Partiza Belgrade; o Comando Ultras 84-Olimpique Marseille e o Club no 12-Bayern do Munique.
[125]Ou o jovem profissional "bem sucedido" (MONSALVE Z., 2012). Essa transição tende a ser mais excludente nos países em desenvolvimento, em que a concentração de renda e os desequilíbrios econômicos são maiores.

viver o clube como um centro de divertimento). Mas esse não é um movimento linear, contando também com reações pronunciadas de vários grupos torcedores[126] ou casos excepcionais (KENNEDY E KENNEDY, 2016).

Foi nesse cenário, portanto, que ascendeu o *público consumidor* de futebol (a ascensão das *identidades consumo* aí), o que denominamos *lealdade moderna* (e também *simpatia*), e que começou a adentrar na configuração torcedora cada vez mais. Cumpre notar que a *simpatia*, tampouco parece ser algo novo no desporto. O que efetivamente se destaca como novo é a disseminação dessa forma de pertencimento associada *cultura do consumo* e a *conectividade* (sobretudo a de matriz midiática), que são muito próprios da *globalização*. Fundamentalmente, *assim*, a *lealdade moderna* é demarcada por uma relação de consumo com o clube (*identidades consumo*), muito apoiada pela *conectividade* possibilitada pelas novas tecnologias (como transmissões transnacionais instantâneas, *smartphones* ou novas plataformas), mais *efêmera* e sem maiores compromissos com o passado ou as *tradições* das agremiações.

Análises sobre transformação das *lealdades* na *globalização*: de Taylor a Giulianotti

A percepção de que o *torcer* se transformava, ao longo dos anos no futebol que se mercantilizava, parece ter sido problematizada academicamente pela primeira vez por Ian Taylor (SIMÕES, 2017), na chave "torcedor proletário" x "torcedor classe média" ou "torcedor família". Posteriormente seria Charles Critcher, inspirado em Taylor (e também em Raymond Willians, ambos ligados aos *Estudos Culturais* da Universidade de Birminghan), que se debruçaria sobre aquela metamorfose no desporto (SIMÕES, 2017). Critcher destacaria que o futebol estava reunindo, cada vez mais, uma diferenciação entre três tipos de torcedores em termos de relação com o clube: os "membros" (*members*), mais enraizados e viscerais, e profundamente ligados com a comunidade sede; os "clientes" (*costumers*), com uma relação mais pragmática e instrumental; e os "consumidores" (*consumers*), cuja relação seria meramente superficial, apreciativa, de consumo fluido e fútil do espetáculo, sem maiores envolvimentos.

Posteriormente, entre outros estudos importantes, destacamos duas referências para entender a transformação torcedora, em termos identitários durante a globalização. Uma delas seria Stewart, Smith & Nicholson (2003) e a outra Richard Giulianotti (2012). Stewart, Smith & Nicholson promoveriam uma revisão bibliográfica aguda sobre a temática (com trabalhos desde fins de 1970),

[126]Como a torcida do PSV-Eidhoven que reclamaria da colocação de wi-fi no estádio, ou das torcidas do Arsenal e Manchester City que enfrentariam as diretivas nos estádios novos, pela recuperação de espaços próprios de assistência (atrás dos gols) como o REDaction ou o Bluewatch (KENNEDY e KENNEDY, 2016).

mas trazendo categorias detalhadas mais na direção do marketing esportivo, com uma análise muito detida sobre o comportamento torcedor em termos de consumo[127]. De todo modo, destacam que análises dicotômicas são superficiais, e que as ferramentas mais sofisticadas de análise são aquelas que abordam os torcedores em subtipos *multidimensionais* concluídos apenas na especificidade das experiências. Giulianotti, por seu turno (inspirado em Taylor e Critcher), elaborou uma categorização mais afinada com a sociologia, mas situando-a como reflexo de um momento de uma *hypercommodification* (hipermercantilização) advinda com a *globalização* (SIMÕES, 2017). É este modelo que vamos apresentar a seguir.

O sociólogo inglês pensa a identidade torcedora (em transformação) envolvendo as formas de *lealdade*, que denominamos *tradicional* e *moderna*, outros quatro aspectos: um primeiro seria o nível de pertencimento que o indivíduo partilha com o clube; o segundo seria o tipo de solidariedade que tem com os círculos sociais do clube (mais densa ou mais fina); um terceiro seria a relação que estabelece com o clube e um quarto aspecto seria em que espaço se daria a relação torcedor/clube. Nessa linha, Giulianotti afirmaria a existência quatro diferentes *tipos-torcedores* possíveis na *globalização*: "*fanático*", "*seguidor",* "*fan*" e "*flaneur*". Estes subtipos, na verdade, encontram-se dentro de um espectro (que destaca elementos de *conectividade*) cujos extremos seriam o que colocamos como *lealdade tradicional* e, do outro lado a *lealdade moderna*.

Fanático remeteria ao tipo torcedor caracterizado pelo apego às tradições do clube, e com uma relação afetiva muito forte com ele. Desenvolveria um investimento pessoal e emocional no longo prazo com a instituição e também com seus jogadores. Muito das suas relações sociais, da sua personalidade individual e pública seriam moldadas pelo pertencimento clubístico, o que o retroalimentaria e reforçaria o *pertencimento*. Sua relação com o estádio e espaços do clube se estenderia para além das partidas e geralmente seria demarcada também por uma afetividade (topofilia) semelhante à religiosa, associada à sua própria biografia. Esses laços poderiam ser reforçados (mas não superados) pelo investimento mercantilista deste torcedor (comprando ações ou produtos do clube), que neste caso poderia também desenvolver um compromisso mais consciente de apoio financeiro (como um sentimento de solidariedade financeira) e menos pela busca de satisfação individual consumista. Seria uma relação semelhante a familiar, vista como eterna e incondicional, em que o indivíduo se sente como uma parte constitutiva do clube. Nesse caso, o clube geralmente

[127]Encontram-se, atualmente, muitas outras análises interessantes e já bem avançadas nesse sentido (nos domínios do marketing e comportamento consumidor), com subcategorias, traços de comportamentos e estudos de caso específicos. Os próprios clubes (mais protagonistas) tem se utilizado de sofisticadas ferramentas de coleta e análise de dados dos seus torcedores, em termos de comportamentos, relação com o clube e consumo dos seus artigos. Mas de forma geral, a segmentação comum se dá a partir de pelo menos duas categorias: de torcedores mais *devotos* e torcedores mais *efêmeros*.

também seria um emblema de identificação da comunidade local, de valores partilhados naquele espaço (cívicos ou étnicos, por exemplo). O *fanático* se sentiria recompensado pelos seus sacrifícios em cada momento de vitória, ou outro tipo de satisfação proporcionada pelo clube. Este tipo torcedor formaria verdadeiras subculturas no entorno das agremiações, inclusive com hierarquias entre eles em termos de *status*: ser considerado "mais torcedor" que a maioria (por exemplo, através de qualquer tipo de ação em benefício do clube) poderia ser revertido em algum tipo de ganho (simbólico, material, afetivo) dentro dos círculos sociais do próprio clube.

Seguidor seria caracterizado como um torcedor mais apegado as tradições do futebol em geral (como outras culturas clubísticas, seus jogadores e técnicos), mas com posição mais fria em relação aos clubes, de forma específica. Eles se manteriam com os clubes porque isso satisfaria seu pertencimento ao mundo do futebol. Ele se identificaria com os clubes e suas comunidades, por valores sociais e culturais, mais do que sobre o sucesso, mas seus laços seriam mais através das mídias e das novas tecnologias, do que de forma pessoal e local. Poderiam desenvolver formas densas ou finas de solidariedade com os círculos sociais de clubes específicos e um exemplo comum seria a simpatia por um segundo (ou mais) clube(s) por torcedores que já seriam *fanáticos* de um primeiro clube. Essa *simpatia* seria proporcionada pela identificação com as culturas e valores de determinados clubes, ou por alianças entre torcidas. Ainda, os seguidores embora não desenvolvessem forte afetividade pelos espaços e campo dos clubes, respeitariam os locais de jogos dos clubes que simpatizam.

Fan seria aquele caracterizado como grande consumidor. Partilharia de um sentimento de lealdade aos jogadores e clubes, mas intermediada por uma relação consumista unidirecional (consumo de produtos e compra de *pay per view*, por exemplo), na chave *fã/celebridade*. Sua ligação com o clube dar-se-ia motivada mais na busca da superação da barreira social ou espacial com o clube/ídolos, orientada mais para o consumo e satisfação individual. Sua relação afetiva com o clube, seus círculos sociais nucleares e espaços (como o estádio) geralmente seriam distantes, mas poderiam transitar em outros subtipos demonstrando solidariedades densas (às vezes comparecendo aos jogos e evocando momentaneamente as tradições do clube) ou finas, (mantendo-se à distância através de relações midiáticas e por plataformas tecnológicas, ou apenas comprando produtos). O que demarca o seu traço identitário principal seria a relação utilitária com o clube, que o faz um vulnerável "alvo" do entretenimento e (portanto) a clubes concorrentes ao escolhido inicialmente ou mesmo a outras formas de lazer (que não o futebol): assim quando a "marca" e a "experiência" não correspondessem, poderiam escolher outra forma lúdica de satisfação, embora dificilmente mudariam para o clube rival.

Flaneur seria caracterizado pelo perfil altamente consumista, frio, e de baixa solidariedade

com os círculos sociais do clube. Este tipo torcedor buscaria (sobretudo) boas sensações de satisfação individual, e ser associado com sucesso no desporto, através da ligação com as vitórias e com os times em evidência, ou a simples *simpatia* por um dado evento esportivo: buscaria o *status* e não o *pertencimento social* na associação com o clube. Sua lógica seria a do movimento, do *cosmopolitismo banal* (cosmopolita como consumidor), de motivações para estar nos últimos padrões da "moda" e o uso das mídias de ponta, não desenvolvendo (portanto) afetividade e compromisso com um lugar (como um clube, campo ou estádio específico). Os símbolos dos clubes seriam utilizados como adorno e seu perfil seria o do "transeunte descompromissado" que passa pelos clubes, ou pelo futebol, como alguém que passa pela vitrine de um shopping procurando por associação com a "última palavra" em vitórias, espetáculos, clubes em evidência, celebridades, luxo, beleza e modernidade. Às vezes, poderia simular o perfil de um *fanático* quando filmados, ou fazendo *selfies* para serem postadas em redes sociais.

Segundo Giulianotti (2012), *flaneurs* e *fanáticos* seriam opostos necessários: não haveria movimento, lugares para "viajar" e "consumir", se não existissem pontos mais fixos demarcados pela *tradição* e permanência. Entretanto, haveria um crescimento de formas torcedoras mais afinadas com o modelo *flaneur* e diminuição dos *fanáticos*, em parte motivado pelas próprias diretrizes que passaram a orientar o futebol espetáculo e de alto rendimento, no qual se privilegia a otimização do lucro nos estádios associado a políticas de encarecimento dos ingressos e a preferência do desenvolvimento dos estádios como ambientes mais "passivos e higienizados", como se viu crescentemente nas Copas do Mundo ou em clubes mais destacados no mundo (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009). Outro ponto destacado é o papel da "conectividade mediatizada" (TVs e internet), que cada vez mais se tornou em evidência, e que crescentemente estimularia e sustentaria alianças entre clubes globais e os torcedores não *fanáticos*.

É importante pontuar que quando iniciei os trabalhos de entrevistas com os indivíduos envolvidos com os clubes torcedores e análise de dados quantitativos das torcidas, tentei inicialmente aplicar o modelo de Giulianotti, acima apresentado. No entanto, em dado momento percebi que essa ferramenta teórica, aplicada de forma rígida, mais dificultava o entendimento do que ajudava. Havia especificidades, combinações entre as diferentes "*novas identidades*" em formações torcedoras não previstas pelo modelo, além de *identidades* não contempladas: como as *identidades descentradas,* as *fundamentalistas* e as *atomizadas*. Houve, também, torcedores que, por conta das rivalidades, não se ligavam a um clube pela *simpatia*, mas justamente pela *antipatia* (por exemplo, consumindo notícias ou assistindo aos jogos para "torcer contra").

Nessa perspectiva, destaca-se que a própria categoria de *lealdade tradicional* no futebol pode

revelar-se criticável, como já alertara Tapp (2004), pois há torcedores que se declaram muito leais, mas não demonstram atitudes de *lealdade* com o clube (como ir aos jogos com frequência), e o desempenho esportivo abaixo de uma média histórica (como, por exemplo, uma queda de divisão) pode afastar mesmo uma parte considerável dos *tradicionais*. Verificou-se, também, que a *lealdade tradicional* (pensada apenas em termos de apego e exclusividade), não necessariamente acontecia só com indivíduos e grupos de residência na comunidade territorial do clube, e com uma relação de *devoção exclusiva* apenas associada ao *caldo cultural* da cidade ou região *local* do clube. Assim, encontrou-se especificidades diferentes de *lealdade tradicional* (aconteceu *devoção exclusiva* de torcedores fora da cidade sede do clube, tal como a *simpatia* e *consumo* por torcedores locais). Também destaca-se que a própria *lealdade tradicional* se reconfigura na *globalização*: os torcedores *tradicionais* não ficaram alheios às mudanças que aconteceram nas identidades em geral (como a *conectividade*, as *identidades consumo* ou *descentradas*), e incorporaram também essas formas para dentro da *lealdade tradicional.*

Finalmente, houve também inúmeros outros motivos específicos que atraíam determinados indivíduos para órbita dos clubes, como interesses econômicos, políticos, de reconhecimento social, etc, que saíam muito das possibilidades daquela categorização, além da percepção de que as *os indivíduos* e *grupos* (nos clubes) comportam singularidades muito específicas na conformação das suas *identidades* dentro de suas personalidades e dos conflitos que enfrentam, na trajetória histórica o que só se descobre na experiência, com a observação, descrição e análise históricas mais profundas para cada caso específico.

Sendo assim procurou-se adotar uma simples divisão (mas que não é uma dicotomia objetiva) para tratar dos subtipos identitários de torcedores nesse trabalho: *lealdade tradicional* e *lealdade moderna* (ou *simpatia*). Conforme já exposto, *tradicionais* refere-se basicamente a *devoção exclusiva* à um clube (ainda que se possa ter *simpatia* por um segundo) valorização às tradições consagradas, enquanto *lealdade moderna* refere-se a uma relação não exclusiva, efêmera e mais próxima as *identidades consumo* e à *simpatia*, sem compromisso com as tradições do clube. Nesse constructo a grande maioria das identidades torcedoras se situariam em intervalos daqueles dois extremos *ideais* de *lealdade* (*tradicional e moderna*), aproximando mais de um ou outro modelo, em uma escala gradual de possiblidades, associadas às condições próprias e outras *identidades* locais.

Nessa perspectiva, no caso dos torcedores do *FC Barcelona* e *RCD Espanyol* as *identidades torcedoras* foram encontradas em complexos mosaicos, associadas a outras *identidades*, que precisam ser entendidas e serão reveladas nas suas especificidades, e que se aponta como mais próximas dos ideais de *lealdade tradicional* ou *lealdade moderna.*

5 A *GLOBALIZAÇÃO* NA CONFIGURAÇÃO DO *FC BARCELONA* E DO *RCD ESPANYOL*

5.1 A CATALUNHA, A ESPANHA E O FUTEBOL DURANTE A *GLOBALIZAÇÃO*

A *reconfiguração* política e econômica, espanhola e catalã

Em 20 de novembro de 1975 falecia Francisco Franco, ditador e representante máximo do governo franquista (instituído desde 1939) e do Estado espanhol. Apesar do regime franquista findar apenas com a morte do ditador, paralelo a uma resistência considerável (mas ainda clandestina), as elites políticas já discutiam uma transição para o regime, desde pelo menos fins da década de 1960. Isto pelas oportunidades de mercado que iniciavam a se oferecer a Espanha, profundamente transformada economicamente desde 1959, mas ainda muito dependente dos Estados Unidos e alijada da proeminente *Comunidade Econômica Europeia* (POWEL, 1997). Para *encaixar*-se aquelas oportunidades, acreditavam as elites políticas que o país demandaria um modelo mais afinado com as democracias ocidentais e reconhecida como tal na própria Europa. Para tal, demandava-se (também) os inícios de uma reconciliação dentro da própria sociedade no interior do Estado espanhol, cindida desde a guerra civil (entre 1936-1939) e segregada com a perpetuação do próprio *franquismo*. Assim, nos inícios da década de 1970 (período conhecido como *tardo franquismo*), as alas *aperturistas* (uma parte delas, constituída por *reformistas* de Madri, que anteriormente apoiaram o franquismo) efetivamente ganhariam proeminência na Espanha, empurradas também por um contexto de forte crise econômica e aumento do desemprego. Isto depois de um contexto de crescimento agudo e industrialização do país, entre 1959-1973, o chamado *milagro económico* (que acabou também por concentrar a renda), findado quando eclodem as chamadas crises do petróleo (1973 e 1979) e que muito impactariam na economia da Espanha, até pelo menos 1985 (TAFUNELL & CARRERAS, 2018; POWEL, 1997).

Como sucessor de Franco, para chefe de Estado, assumiria o rei Juan Carlos I, restaurando a dinastia Bourbon - seu avô, Afonso XIII fora exilado da Espanha em 1931, por ocasião da proclamação da *II República* no país. Juan Carlos I fora designado pelo próprio Franco, como seu sucessor, ainda em 1969. Esse foi um período efervescente na Espanha, com manifestações e greves de grande magnitude no país, e uma tentativa do governo em manter todo aparato burocrático franquista na sociedade. Mas logo as forças predominantes no governo mudariam a estratégia, e passariam a promover uma transição controlada, para um perfil mais democrático, das estruturas de governo (SOTO, 2014; POWEL, 1997). Adolfo Suárez (proveniente dos quadros do regime franquista) seria nomeado como chefe de governo, após tentativa frustrada com Arias Navarro

(CARVALHO, 2016), com o objetivo de conduzir a abertura controlada (ou negociada) pelas elites: o *aperturismo*. Para tal, promoveu a dissolução do parlamento e a convocação das eleições para 1977, legalizando antes todos os partidos políticos - inclusive o *PCE* (*Partido Comunista Espanhol*), maior opositor do franquismo - mas em troca exigiria o reconhecimento do regime monárquico espanhol como legítimo pelos atores da configuração política, o que foi aceito com exceção de alguns setores políticos ligados ao nacionalismo basco:

> Em junho de 1977, foram realizadas eleições gerais que contaram, pela primeira vez desde 1936, com a participação de todas as forças políticas espanholas. A União de Centro Democrático, presidida por Suárez, recebeu o maior número de votos (39%); seguida pelo Partido Socialista Obreiro Espanhol (28,8%); pelo Partido Comunista (9,2%); e pela Aliança Popular (8,2%). Os resultados representaram a vitória da direita reformista sobre a direita franquista, e da esquerda moderada sobre a radical, expressando o desejo dos espanhóis de mudar a página da ditadura, mas de preservar seus ganhos econômicos (CARVALHO, 2016:108).

Após as eleições, elaborou-se nova Constituição para o país com a participação de todas as forças políticas, sendo promulgada em 1978. Houve, na ocasião, uma grande discussão para definir etimologicamente a Espanha em termos políticos territoriais, destacando-se então o termo *solidariedade*, a ideia do *nacionalismo cívico*, e a perda da Igreja Católica do status de religião estatal. Segundo o professor Josep Maria Solé i Sabaté (2018) se incluiria também, na Constituição, o conceito de "Nacionalidades", "...pero que jamás fueron concretadas cuales eran. Se referían sin decirlo, Catalunya, Euskadi y Galícia. El temor del peso del recien pasado, ejército y centralismo histórico lo dejó sin definir" (SOLÉ, 2018)[128]. Adotou-se, também, o formato de monarquia parlamentar, assentada em *Comunidades Autônomas,* rejeitando-se o *federalismo clássico,* pois as forças decisórias concluíram que tal formato não daria os instrumentos políticos representativos que demandavam a *Catalunha*, o *País Basco* e a *Galícia*, os quais por fim (com o modelo das *Comunidades Autônomas*) puderam contar com governos e parlamentos próprios (e eleições também próprias). No plano nacional, o poder legislativo passou a ser exercido pelas *Cortes Generales*, um sistema bicameral composto pelo *Congresso dos Deputados* e do *Senado*. O poder executivo seria exercido por um presidente, indicado pelo rei e aprovado pela maioria dos deputados, e ele (após legitimado pelos deputados) nomearia diretamente um vice-presidente e diversos ministros. O voto nas eleições, em qualquer âmbito, não seria obrigatório. O poder judiciário seria exercido nos diferentes tribunais do país organizados hierarquicamente. Para a *Comunidade Autônoma* do *País Basco* (e também *Navarra*) aprovou-se o *modelo foral* (recurso requisitado depois pela *Catalunha*,

[128]"...mas elas nunca foram especificadas. Elas estavam se referindo, sem dizer, à Catalunha, Euskadi e Galícia. O medo do peso do passado recente, do exército e do centralismo histórico deixou-o essa indefinição.". Entrevista via e-mail com o professor Jose Maria Solé i Sabaté, em setembro de 2018.

mas nunca fornecido), que lhe permitia uma assimetria tributária e a isenção do fundo nacional para províncias mais pobres do Estado. Vale notar que este é o momento, também, (1977) em que o Estado espanhol (já constituído no modelo democrático) faz a proposta formal para adentrar ao bloco da *Comunidade Econômica Europeia*, concretizado efetivamente em 1986 (quando também Portugal se inseriu no bloco)[129].

Em síntese, o Estado espanhol, a partir da constituição nacional, passou a definir as competências da Espanha facultando alguns temas (de acordo com a diferenciação considerada necessária) para as dezessete (17) *Comunidades Autônomas*[130]. O período de *transição* acompanhou também a participação crescente das *Comunidades Autônomas* nos orçamentos e nos serviços públicos, e na fundação de instituições locais, antes competência do Estado espanhol.

É importante destacar que nas décadas seguintes da promulgação da constituição, predominou um nacionalismo catalão (embora heterogêneo de forma geral) mais moderado (não *independentista*) e mais aberto, reunido ao redor de uma plataforma cultural (haveria, entretanto, um processo de recrudescimento a partir dos inícios do século XXI). O nacionalismo basco, por sua vez, também seria heterogêneo, mas destacou-se a sua forma mais radical, havendo inibições no *País Basco* para expressões do *espanholismo* (com casos mais extremos através de manifestações terroristas promovidas pelo *ETA*) e com tendências separatistas[131]. Já em termos de política nacional espanhola, desde então esta seria caracterizada pelo bipartidarismo (esquerda moderada x direita reformista), inicialmente representada por de um lado a *Unión de Centro Democrático* (*UCD*, de direita) e o *Partido Socialista Obrero Español* (*PSOE*, de esquerda) e, posteriormente, desde 1982, entre o *PSOE* e o *Partido Popular* (*PP*, de direita). A *UCD* governaria a Espanha entre 1976-1982; o *PSOE*, com Felipe González, entre 1982 e 1996; o *PP*, com José Maria Aznar, entre 1996 e 2004; o *PSOE* novamente, mas com José Luis Rodriguez Zapatero, entre 2004 e 2011; e, finalmente o *PP* mais uma vez, com Mariano Rajoy, entre 2011 e 2018. É importante ressaltar (ainda), que além da estrutura partidária nacional na perspectiva espanhola, as *Comunidades Autônomas* passaram a conviver com partidos na sua dimensão territorial juntos com partidos de dimensão espanhola, com destaque para partidos existentes somente na *Catalunha* e no *País Basco*, que poderiam ser nacionalistas, mas não necessariamente *independentistas* (ver mais adiante o subcapítulo sobre a

[129]Até 1986 faziam parte da *Comunidade Econômica Europeia* (que surgira a partir de alguns tratados desde o fim da 2ª guerra mundial) 10 países: França, Itália, Alemanha Ocidental, Bélgica, Holanda, Luxemburgo, Reino Unido, Irlanda, Dinamarca (estes três últimos adentraram em 1973) e Grécia (entrara em 1981). Em 1979 acontece a primeira eleição para o parlamento europeu.

[130]A divisão burocrática geográfica da Espanha, além contar (a partir) de então com 17 Comunidades Autônomas, também continuava a se caracterizar também pela subdivisão do país em 50 Províncias.

[131]Segundo Carvalho (2016), teria havido uma tentativa de golpe militar em 1981 na Espanha com o objetivo de impedir um suposto processo de fragmentação do país, golpe o qual seria rechaçado pelo rei Juan Carlos I.

Catalunha na *globalização*).

Figols (2015) destaca que o governo do *PSOE*, da década de 1980, acompanhou a entrada do país no cenário europeu e mundial, através da adesão (em 1982) à *Organização do Tratado do Atlântico Norte* (OTAN) e à *Comunidade Econômica Europeia* em 1986, que vinha se construindo, por meio de tratados econômicos, entre os países da Europa ocidental, desde fins da *2ª guerra mundial*. A década de 1980 foi, também, um momento em que o país experimentaria a modernização da sua infraestrutura, inicialmente de forma planejada e com o suporte governamental, a partir de uma remodelação do seu sistema industrial: um plano denominado *Reconversión Industrial*, que foi levado à cabo pelo governo desde os inícios daquela década. Vale notar (ainda) que a entrada do Estado espanhol na *Comunidade Europeia* (1986) se deu paralelamente também a própria abertura da economia do país e orientação por políticas econômicas mais liberais, uma época de intensificação de trocas comerciais com o bloco *econômico* e muitas privatizações de empresas estatais[132] (também de sofisticação, e mudança do perfil tecnológico da indústria do país). Nessa trajetória, o Estado espanhol receberia bastante investimento de países da própria Europa ocidental, o que contribuiu para a sua expansão econômica, no intervalo 1985-1990 (TAFUNELL & CARRERAS, 2018; CAMPOS & GABRIELLI, 2015).

Por outro lado, é interessante notar que foi apenas no pós-franquismo (fins da década de 1970 e inícios de 1980) que na Espanha emergiram políticas (tardias em relação à Europa ocidental) de *Estado de Bem-Estar Social*, buscando o país se alinhar as taxas médias de investimento público que faziam os outros países da *Comunidade Europeia* (nos quais o próprio *Welfare State* já se encontrava em crise e sendo questionado)[133]. Mas nessa trajetória deve-se destacar, também, que a Espanha foi um dos países que mais se beneficiou das ajudas dos fundos financeiros da *Comunidade Europeia,* a partir de 1986 (TAFUNELL & CARRERAS, 2018).

Em 1986/1987, o Estado espanhol participou da assinatura do chamado *Ato Único Europeu*, um tratado, envolvendo os membros da *Comunidade Europeia*, que previa um vasto programa

---

[132]Apesar de pautar-se por políticas de clara orientação neoliberal (como as privatizações), o então governo autodeclarado de esquerda *PSOE* (1982-1996), na narrativa pública, buscava disfarçar essa estratégia e orientação econômica. Essas políticas levariam a um grande processo de associação e incorporação dos bancos espanhóis por grupos maiores, resultando (em fins da década de 1990) em praticamente um duopólio de apenas dois grandes bancos (*BBVA, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria* e *BSCH,* atual *Banco Santander*). No campo das indústrias, essa onda de privatizações e inserção de capital estrangeiro, a partir de fins da década de 1980, acompanhou a venda de empresas tradicionais do país, como a *SEAT* (para *Volkswagen*), a *ENASA/Pegaso* para *FIAT*, e também da *Telefónica, Repsol* e *ENDESA*. De forma geral, o governo espanhol não confrontou a concentração e os monopólios/oligopólios (como nas telecomunicações ou no setor elétrico), pois vislumbraria ter empresas capazes de competir no plano internacional. O resultado das privatizações, de forma geral, são vistas de forma bem crítica por Tafunell e Carreras (2018).

[133]Assim, se em 1973 o país tinha 22,7% de gastos públicos (enquanto a média na Comunidade Europeia era 37,2 %), em 1985 teria 42,5% (a média na Comunidade Europeia era 49%), justamente em um período ainda de forte crise econômica no país (TAFUNELL & CARRERAS, 2018).

econômico para os seis anos posteriores, destinado a eliminar os entraves ao livre fluxo de comércio dentro do bloco (não apenas de mercadorias, mas também de serviços, de pessoas e dos capitais). Já em 1989, os Estados membros do bloco decidiam pela criação (em um prazo máximo de 10 anos) de uma moeda comum e única, e um banco central europeu. Foi nesse contexto (em meados da década de 1980), que a economia da Espanha teve que se preparar e moldar-se para uma crescente (e efetiva) integração com economias mais desenvolvidas, abertas e flexíveis (TAFUNELL & CARRERAS, 2018). Paralelamente, a partir de meados da década de 1980 (até 1990) a economia espanhola teve um período de expansão e recuperação econômica (com queda de desemprego), seguido de um período de contração, crise, recessão e desemprego entre 1990-1994 (época do fim da URSS, reunificação alemã e *Guerra do Golfo*). Nos dois casos, a Espanha refletia movimentos da própria economia europeia, mas era um dos Estados que mais se destacava nesses movimentos, positivamente na expansão e negativamente na contração).

É importante notar que seria em 1989, na referida esteira das reformas liberais, que o governo de Felipe Gonzalez aprovaria a chama *Ley de televisión privada*, permitindo a entrada de empresas privadas no campo midiático espanhol. Isto impactaria diretamente na configuração esportiva, pois os acordos envolvendo clubes e TVs promoveriam uma distância financeira cada vez maior entre os clubes, a partir desse momento. Foi também em 1990 que o governo do *PSOE* promulgou a chamada *Ley de Deporte*, que iria impor a transformação da maioria dos clubes do país para o formato de sociedades anônimas (*SADs*), e é considerado uma outra ruptura dentro da *globalização* do desporto no país.

Em 1992, a Espanha, em conjunto com outros países da *Comunidade Europeia,* assinariam o *Tratado de Maastricht*, este que previa metas para intensificar a circulação de mercadorias, de serviços, de pessoas e de capitais, criavam a cidadania europeia além de estabelecer os preparativos para implantação de uma moeda comum (o *euro*), como o controle de déficit público. O *Tratado de Maastricht* é considerado o marco efetivo do surgimento da *União Europeia*, tendo a inserção de Áustria, Finlândia e a Suécia, no bloco, em 1995 (além do estabelecimento do *Acordo Schengen* em 1997, que previa um espaço de europeu comum de livre circulação de pessoas, inclusive participando Estados não membros da *União Europeia*)[134]. Meados da década de 1990 (em diante) é uma época em que as economias do bloco (entre elas a Espanha), vivem uma conjuntura de recuperação e voltariam a entrar em um novo ciclo positivo (pelo menos até a crise de 2008). Foi em meio a essa trajetória, que ascende na Espanha (a partir de 1996) o governo de José Maria Aznar (*PP*), que naquele

[134] Mais tarde outros países adentrariam ao bloco, como o Chipre (em 2003); Eslováquia, Eslovênia, Estônia, Hungria, Letônia, Lituânia, Malta, Polônia e República Tcheca (em 2004); Bulgária e Romênia (2007) e Croácia (2013).

contexto já de mais estabilidade econômica, acentuaria as políticas liberais e privatistas, buscando promover também políticas para revalorizar um patriotismo espanhol que lembrariam estratégias utilizadas durante o período franquista (SOTO, 2014), além de orientar enfrentamentos em relação às autonomias das *Comunidades Autônomas* (em especial o *País Basco*) tal como em relação a já forte imigração para o país (FIGOLS, 2015).

Entre 1999-2002 instaura-se o regime de uma moeda única no bloco, o *euro* (paralelo a instituição de um *Banco Central Europeu*, ainda em 1998). A nova moeda (*euro*) provocaria bastante otimismo na Espanha (e mesmo nos países membros da *União Europeia*) e acompanharia um período mesmo de expansão econômica notável (1996-2007), que inclusive foi um fator chave para grande atração de imigrantes para o país, a partir desse momento. Foi também um período que muitas empresas do país (médias e grandes) efetivamente se internacionalizaram, metamorfoseando-se em multinacionais e/ou incorporando partes de cadeias produtivas no exterior (como a *Telefónica* ou o *Santander* na América Latina), alterando de forma sensível, posteriormente, as fontes composição do PIB da Espanha (TAFUNELL & CARRERAS, 2018).

Nessa conjuntura, o país teria uma queda histórica nos índices de desemprego, um forte investimento no setor da construção, sustentada por uma ampla disposição de créditos bancários ao setor privado (empresas e famílias passariam a dispor de uma das maiores ofertas dentro da *União Europeia*). O próprio setor público experimentou um *boom* de obras de infraestrutura (nesse momento), a partir de fundos provenientes da *União Europeia*, ou mesmo a partir de empréstimos. Tal trajetória expansiva se desenvolveu, portanto, baseada em endividamento e excesso de gastos (promovendo inclusive uma bolha imobiliária), o que culminaria em uma grave recessão econômica (e se associaria depois) à crise mundial de 2008 (TAFUNELL & CARRERAS, 2018). A crise econômica que atinge a Espanha em 2007 se desenvolve plenamente entre 2008-2013, é considerada uma das mais fortes da história do país, provocando índices muito altos de desemprego, restrição da oferta de crédito e queda do PIB per capita (inclusive, há uma inflexão na diminuição de estrangeiros no país a partir desse momento, até os dias atuais).

Foi também no primeiro decênio do século XX, que ascende o governo do *PSOE* de Rodríguez Zapatero, entre 2004-2008. Este governo é referenciado por Soto (2014) numa perspectiva mais progressista: teria retirado as tropas militares espanholas do Iraque, rompendo a aliança com os Estados Unidos de George Bush e a Inglaterra de Tony Blair (naquele empreendimento), e buscado alinhar-se com a França e a Alemanha no cenário internacional (dois dos países centrais da *União Europeia*). Internamente, teria buscado promover mais os direitos civis, a valorização do ensino dos direitos humanos e da Constituição de 1978 através de uma reformulação dos currículos nas escolas,

além de equiparação do casamento gay ao heterossexual, e modificações na lei sobre o aborto. Além disso, teria dado apoio ao novo *Estatuto da Catalunha* que por fim acabou "recortado" pelas cortes espanholas. O segundo governo de Zapatero, entre 2008-2011, foi quando a referida crise econômica atingiu fortemente a Espanha, momento em que o governo tentou resgatar instituições financeiras intensificando reformas liberais tais como: privatização de serviços públicos, promovendo uma nova reforma trabalhista (2012), políticas de austeridade e corte nos serviços públicos (inclusive por pressão da *União Européia*). "Como resultado de estas medidas, la economía española cayó en recesión, el número de desempleados se duplicó y el porcentaje de españoles viviendo por debajo del umbral de la pobreza se disparó." (SOTO, 2014:142)[135]. O *PSOE* perderia prestígio, o que ajudaria na promoção de um governo conservador (e de direita) entre 2011-2018, o *PP* com Mariano Rajoy. Rajoy intensificou as políticas de austeridade, diminuindo mais os investimentos públicos na Espanha, tendo (o país) nesse momento uma acentuada diferenciação (negativa) da média da *União Europeia*. Foi também por essa época que A Catalunha inflexiona efetivamente na direção do *independentismo*.

Em uma trajetória de duração mais alargada, ainda em termos econômicos, a Espanha teve um crescimento notável. Experimentou um aumento considerável no seu IDH de 0,85 para 0,95 entre os anos 1980-2007, ocupando em 2007 a posição do 15º lugar na classificação da ONU. Em 2010, embora a crise, as Comunidades *País Basco*, *Madrid*, *Navarra* e *Catalunha* representavam as regiões mais ricas do país (INE, 2018). Um artigo, no site *World Economic Forum,* afirma que o período de 40 anos, desde o pós-franquismo, havia transformado muito o país: "Somos un país más rico, más igualitario, con una gran oferta de servicios públicos, que dispone de una amplia red de infraestructuras y con un alto grado de apertura al exterior" (SEVILLA, 2017)[136]. Segundo essa mesma reportagem, nos inícios de 1980 o país encontrava-se defasado economicamente em comparação aos vizinhos europeus, sofria com a crise do petróleo e várias debilidades próprias. Assim, o período de 1980 em diante para a Espanha, houve a recuperação do seu papel internacional e aproximação com a Europa, além do forte crescimento econômico: o PIB do país cresceria de cerca de 159 bilhões de euros em 1980 para 1,1 trilhões em 2010 (DATOS MACRO, 2018). De forma geral, Carvalho (2016) também afirma que o período entre 1980-2008 foi uma época de estabilidade democrática no país, de boa inserção no contexto europeu, e rápido desenvolvimento econômico e social, que teriam permitido (entre outras coisas) a consolidação de um invejável *Estado de bem-estar*

[135]"Como resultado dessas medidas, a economia espanhola entrou em recessão, o número de desempregados dobrou e a porcentagem de espanhóis vivendo abaixo da linha de pobreza disparou.".
[136]"Somos um país mais rico e igualitário, com uma ampla gama de serviços públicos, com uma ampla rede de infraestruturas e um elevado grau de abertura ao exterior.".

social no país. Llopis destaca que a Espanha se transformou nesse período de um Estado fechado, autoritário e pouco competitivo, em um país de uma sociedade mais aberta, tolerante, diversificada e capaz de beneficiar-se da globalização (LLOPIS, 2009).

Destaca-se também que o pós-franquismo, no Estado espanhol, acompanhou um *boom* estrutural nos índices de desemprego no país (estando sempre acima da média da *Comunidade* e *União Europeia*, que começava a viver também uma era de desemprego estrutural). Apesar do contexto mais democrático no tratamento dos trabalhadores[137] (até do fortalecimento sindical e de um *Estado de Bem-Esta*r ascendente) a taxa de desemprego atingiria índices altos historicamente dentro da Espanha (com efetivo descenso somente no intervalo de 1994-2007)[138]. Vale ressaltar que nesse período o país passou por 7 reformas na sua legislação trabalhista[139] (esta instituída ainda na Constituição de 1978), a última delas em 2012 (a referida conjuntura de forte crise econômica), e em geral essas alterações sempre aconteceram na direção de uma maior flexibilização do trabalho (VELASCO, 2012; OLIVER, 2017). Foi também a partir de 1980, que começaram a chegar no mercado de trabalho espanhol a chamada geração *baby boomer* (nascidos entre 1960-1978) da Espanha (muitos deles já com diplomas superiores, pois tinham participado da irrupção das Universidades no país, nas décadas anteriores), enquanto outros, desta mesma geração, viveriam outro *boom* das carreiras universitárias na década de 1980 (e depois), esta já sustentada pelo emergente *Estado de Bem-Estar Social* (BARCA, 2017; EL PAÍS, 1980). Ou seja, uma crescente mão de obra qualificada e jovem irrompia no mercado de trabalho, mas que passaria a conviver com altas taxas de desemprego (além da concorrência com os estrangeiros, em um *boom* imigratório pelo menos desde o fim da década de 1980), o que sugere uma época de inflexão e aumento na competição por empregos (ver *identidades ethos-trabalho*). Segundo a geógrafa Anna Cabré:

---

[137]É muito importante notar que durante a ditadura a estrutura de sindicato era centralizada no governo, e as greves proibidas (o que servia para controlar os salários a um nível mais baixo). Isto começaria a mudar a partir das "Ley de las relaciones laborales" (1976), as quais passariam a incorporar o direito de greve. Em 1977 se reconheceu a liberdade de associação sindical (fora da estrutura do Estado), e em 1978 surgiu a "Ley del Estatuto del Trabajador" na Constituição de 1978, que promovia um sistema estável e democrático de relações trabalhistas (TAFUNELL & CARRERAS, 2018; VELASCO, 2012).

[138]Seria de mais ou menos 4 % em 1975, aumentaria (de forma crescente) até mais ou menos 20% em 1985. De 1985 até mais ou menos 1990, uma nova queda (até 15%), mas que voltaria a subir crescentemente até cerca de 24 % em 1994, quando uma nova queda contínua e permanente aconteceria, até atingir seu menor índice (em cerca de 8 %) em 2007, época em que novamente há uma nova forte inflexão de desemprego, atingindo 27% em 2013 (CLEMENTE, 2015).

[139]1984, 1994, 1997, 2001, 2006, 2010 e 2012.

> Es una generación a la que le ha costado mucho llegar. Han tenido que superar muchos elementos desfavorables. De entrada, eran muchos y convivieron con una destrucción del empleo durísima, sobre todo en los primeros años ochenta. Estuvieron en casa de los padres hasta muy tarde. La cara positiva es que aprovecharon bien las posibilidades que tuvieron de acceso a la enseñanza. Y ahora [em 2006], es cierto, empiezan a ocupar puestos de responsabilidad. Pero piense que sus padres a los 22 o 23 años ya estaban estabilizados y ellos empiezan a hacerse con un hueco en la sociedad justo ahora, cuando muchos ya han cumplido los 40 (CABRÉ, 2006)[140].

Este é o intervalo temporal (1980-2010), ainda, o que setor de serviços aumentaria muito seu espaço e papel na composição do PIB, ultrapassando a barreira do 60% (em contraste com a diminuição do setor industrial), mudando o perfil dos empregos urbanos, mas seria a abertura econômica do país que teria jogado um papel importantíssimo na composição do PIB, vez que nesse período teria dobrado as receitas no saldo da balança comercial (SEVILLA, 2017).

No plano social, a Espanha cresceu de uma população total de cerca de 37,8 milhões de pessoas em 1981, para cerca de 46,5 milhões em 2010 (INE, 2018). Em termos de imigração, ressalte-se que até a década de 1980, o país tinha certo perfil de emissor[141], mas a partir de fins da década de 1980 (com o crescimento econômico, a inserção na *Comunidade Europeia* e a facilidade de entrada), e com uma nova inflexão em fins da década de 1990, começou a dispor de um forte e crescente perfil de receptor de imigrantes, os quais imigravam geralmente motivados por uma melhora financeira e se empregavam em cargos menos qualificados. Assim, o perfil de distribuição populacional no país, em 2010, era bem parecido com o quadro de 1980, entretanto a composição mudara: naquela época os estrangeiros no país seriam cerca de 200 mil pessoas (em 1985 eram 242 mil, e representariam 0,6% da população do país), sendo que 2/3 eram de países desenvolvidos (INE, 2018; GOZÁLVEZ PÉREZ, 2012). Mas já em 2010, calculava-se cerca de 5,7 milhões de imigrantes no país (eram cerca de 12% da população do país), sendo aproximadamente 850 mil ilegais[142], 78% deles vindo de países

---

[140]"É uma geração que teve dificuldade em se estabelecer. Eles tiveram que superar muitos elementos desfavoráveis. Desde o início, eram muitos e acompanharam a destruição duríssima do emprego, especialmente no início dos anos oitenta. Permaneceram na casa dos pais até muito tarde. O lado positivo é que eles fizeram bom uso das possibilidades que tinham de acesso à educação. E agora, é verdade, eles começam a ocupar posições de responsabilidade. Mas pense que seus pais aos 22 ou 23 anos já estavam estabilizados enquanto eles começam a se firmar na sociedade agora, quando muitos já completaram 40 anos.".

[141]Historicamente a Espanha teve duas ondas fortes emissoras de emigrantes. Uma entre 1882-1930, quando cerca de 4,6 milhões de espanhóis emigraram, geralmente (pouco mais de 80%) em direção a América Latina. A outra, entre 1960-1973, quando cerca de 1,2 milhões de espanhóis emigraram, a maioria (cerca de 84%) em direção aos países vizinhos e desenvolvidos da Europa Ocidental (que viviam os *golden years*). De 1974-1980 inicia-se uma onda receptora, cerca de meio milhões de pessoas chegavam ao Estado espanhol, que eram (quase na totalidade) espanhóis que haviam migrado um pouco antes da Espanha para os países vizinhos da Europa Ocidental (e que devido a crise naqueles países, retornavam) (GOZÁLVEZ PÉREZ, 2012). Houve ainda ondas de migração interna, no período.

[142]Cuja maioria era proveniente de países menos desenvolvidos com destaque para o Marrocos (principais imigrantes), América Latina (sobretudo equatorianos, mas também com destaque para pessoas da Colombia, Argentina, Bolívia e Peru), a própria Europa (Reino Unido, Itália, França e Portugal, nessa ordem de importância), do leste europeu (como romenos, búlgaros ou russos), e também asiáticos (sobretudo chineses e filipinos). Essas pessoas geralmente se estabeleciam em Madri, Barcelona e em segundo lugar em províncias costeiras (como a Andaluzia) e insulares (MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA, 20-?; GOZÁLVEZ PÉREZ, 2012).

em desenvolvimento[143]. Esse período acompanhou também um envelhecimento da população na Espanha, emergindo uma das menores taxas de natalidade da Europa e a entrada destacada das mulheres no mercado de trabalho. Em 2005, cerca de 60 % da população espanhola vivia a 50 km do litoral (ou seja, em regiões costeiras), e 76 % em cidades com mais de 10 mil habitantes (sendo quase 45% dessas pessoas nas cidades de Barcelona, Madrid, Valencia, Sevilha e Alicante). Desde 1978, o país adotou o sistema de divisão político-burocrática do país em Comunidades Autônomas (17), subdivididas em Províncias (50) e daí para cidades (8.112, segundo o censo 2009). Apresentamos o mapa a seguir a fim de ilustrar essa divisão:

Figura 2 - Mapa político da Espanha, Comunidades Autônomas e Províncias

Fonte: Acervo do autor.

O perfil da distribuição populacional, em 2009, na Espanha nas Comunidades Autônomas maiores, em termos de população, eram respectivamente Andaluzia (cerca de 8,3 milhões), Catalunha (cerca de 7,4 milhões), Madri (cerca de 6,3 milhões) e Comunidade Valenciana (5 milhões). As três maiores províncias do país, em número de pessoas, eram primeiro Madri (6,3 milhões), seguida por

[143]Esses números retrairiam desde 2011: em 2018 seram cerca de 4,7 milhões de estrangeiros que viveriam no país, situação muito ligada chegada da crise econômica mundial no país em 2008 (INE, 2019).

Barcelona (5,3 milhões) e Valencia (2,5 milhões). Finalmente, as cinco maiores cidades do país em 2009 eram, em número de habitantes, Madri (3,2 milhões), Barcelona (1,6 milhões), Valencia (cerca de 800 mil), Sevilha (cerca de 700 mil), e Zaragoza (cerca de 670 mil).

Uma das marcas da Espanha, em termos sociais, é o seu forte perfil heterogêneo em termos culturais e étnicos, nas regiões que compõem historicamente o país. A Espanha já foi apresentada, por alguns autores, como uma "nação de nações", mas também como um projeto fracassado de nação castelhana (CARVALHO, 2015). Isto porque o Estado espanhol se construiu em meio a desencaixes socioculturais destacados. A unificação política do país foi forjada a partir da união dinástica dos Reis Católicos (Isabel de Castela e Fernando de Aragão) em 1469 e não através de um processo unitário de agregação territorial. Na sequência, nenhum projeto consistente de país norteado sobre ideais de *nação cívica* e de uniformidade cultural centrado em instituições seculares (como a escola) foi desenvolvido efetivamente, projeto que foi mais ou menos comum a vários países desde o século XIX. Dessa forma, a heterogeneidade étnica-cultural persistiria na transição da Espanha moderna à contemporânea. Assim, na região nordeste do Estado espanhol se situaria uma desarmonia histórica e persistente com a atual *Comunidade Autônoma* da Catalunha. Na região norte do país, a qual também faz fronteira com a França, figura a atual *Comunidade Autônoma* do *País Basco* (cujo idioma é anterior ao processo de inserção do latim na península ibérica), também se conviveria em dissintonia com *Castela* durante o passar dos séculos. Três outras regiões merecem destaque também como lugares de divergências culturais históricas com a chamada Espanha castelhana: No sudeste e sul do país, a *Comunidade Valenciana* (a qual também se alude, às vezes, também como um país catalão[144] por causa da força do idioma catalão aí, mesma situação das Ilhas Baleares) a *Andaluzia*, e no Noroeste do país a *Comunidade da Galícia*.

Segundo Carvalho (2016), o Estado Espanhol teve um projeto de revolução burguesa e de modernização liberal que não obteve êxito (nos inícios do XIX) e acabou por se configurar mais como um nacionalismo que nasceu (entre outros fatores) por oposição ao francês (com destaque à guerra contra a invasão napoleônica nos inícios do século XIX, como memória identitária), adquiriu cunho conservador, pautando-se na religião católica como ponto de coesão central e no passado imperial como inspiração. Entre fins do XIX e inícios do XX esse nacionalismo espanhol seria frágil, num contexto em que a maior parte do país tinha o perfil rural, de pouca integração, e o país conviveria ainda com as citadas fortes tradições regionais. Essa era uma configuração temporal, também, em que

[144]O termo "Países catalães" teria sido promovido por um intelectual valenciano na década de 1960, se referindo a uma unidade cultural linguística entre regiões da Espanha como a região da Catalunha, da (atual) Comunidade Valenciana e as Ilhas Baleares.

a *Catalunha* e o *País Basco* destoavam como regiões mais ricas, mais urbanizadas e proeminentes em termos industriais, no interior do reino. Nesse cenário, a perda de Cuba e das Filipinas em 1898, pela coroa espanhola, teria agravado as tensões entre as pretensões centralizadoras (e nesse momento também já uniformizadoras) de Madri e os nacionalismos periféricos. Ao longo do século XX, os períodos da ditadura de Primo de Rivera (1923-1930), da Segunda República (1931-1939), da Guerra Civil (1936-1939) e do franquismo (1939-1976), quando se buscou novamente impor uma identidade unicultural, a heterogeneidade do país permaneceria representando um dos principais elementos de conflito efetivo ou latente. Nesse contexto, a composição entre esquerda e nacionalismos alternativos acabou por assumir um alinhamento e simbologia dos ideais democráticos e da república, enquanto o nacionalismo espanhol acabou por consagrar-se na vertente autoritária e de direita do regime político. O fim do regime franquista (e o início da monarquia constitucional) não apenas daria condições para que os nacionalismos e regionalismos periféricos pudessem voltar a se manifestar, como representaria o fim dos entraves para que eles crescessem.

Futebol e Culturas regionais na Espanha, na *globalização*

Llopis (2015) afirma que em 2007 quase 55% dos espanhóis se interessavam por futebol[145], interesse que havia crescido no país com a globalização do desporto (era de 44% em 1974), sobretudo a partir da década de 1990. A identificação com um clube de futebol seria ainda maior que o próprio interesse pelo desporto, considerando Llopis que, aproximadamente 67% dos espanhóis declaravam torcer por uma equipe em 2007[146], taxa maior que a associação com partidos políticos. Em 2005, ¼ da população espanhola havia assistido pelo menos a um jogo de futebol no estádio (LLOPIS, 2006). Dentro desse universo, a associação entre clubes de futebol e região seria muito forte.

A plurinacionalidade e a heterogeneidade do campo cultural e étnico espanhol encontraram no futebol um veículo singular para sua expressão, desde sua inserção no país. Após o franquismo, segundo afirma Soto (2014), as forças políticas democráticas passaram a dividir espaço com as forças políticas conservadoras, às vezes acontecendo sínteses entre elas. Nesse cenário o sentimento nacionalista cresceu no *País Basco* e na *Catalunha* (que não eram necessariamente apenas de vertentes independentistas e anti-espanholistas), e também o regionalismo em várias partes do país,

[145]A prática de exercícios físicos (saúde ou estética) superaria, entretanto, o futebol como prática esportiva principal na Espanha em 2010, que ficaria na segunda colocação (FORT, 2012).
[146]O interesse social por futebol na Espanha (nessa época) também teria variações, como, por exemplo, em termos de gênero (envolvendo quase 40% das mulheres e 71% entre os homens), termos socioeconômicos (estudantes e trabalhadores com formação mais especializada, e os melhor remunerados se envolveriam mais com o desporto), termos etários (decresce o interesse com o aumento da idade).

propulsado muito pela associação com o futebol. Llopis sugere a categoria *etnoterritorialidade*, para entender a relação histórica entre identidades, territórios e futebol na Espanha:

> En este contexto, el concepto de etnoterritorialidad designa aquella dimensión de un sistema político en la que se desarrollan conflictos identitarios y movilizaciones políticas de grupos étnicos con base territorial identificable. Afecta a contextos territoriales donde se manifiestan rasgos étnicos y culturalmente distintivos dentro de sociedades plurales (Rudolph y Thompson, 1992; Moreno, 1997, 2004). La ventaja de este concepto es que incluye tanto manifestaciones nacionales como regionales, manifestaciones ambas que con frecuencia tienen una difícil distinción (LLOPIS, 2006:39)[147].

O futebol chegou em fins do século XIX na Espanha e logo se tornaria muito popular no país, transformando-se, ao longo do século XX, no principal instrumento de lazer da população. Nesse contexto as associações entre *etnoterritorialidade* e o desporto foram muito protagonistas inicialmente nos casos do *FC Barcelona* com a *Catalunha*, e do *Athletic de Bilbao* com o *País Basco*. O estilo de jogo do *Athletic de Bilbao* acabaria também por inspirar o da seleção da Espanha, a chamada *fúria roja* simbologia consagrada a partir das olimpíadas de Amberes em 1920, mas que se modificaria com o tempo. Desde fins de 1970, o futebol espanhol teria experenciado um incremento das expressões *etnoterritoriais* para além das referências do *País Basco*, da *Catalunha*, e (ainda) do *Real Madri* como o embaixador do Espanha (e do centralismo x não centralismo, representado por *Real Madri* x *FC Barcelona*).

No período pós Franco, emergiriam cada vez mais *etnoterritorialismos* a partir de clubes da *Galícia*, *Andaluzia* e na *Comunidade Valenciana*: "Sus principales clubes se convertían en emblemas regionales; y sus directivos, jugadores y aficionados se manifestaban públicamente a favor de la autonomía de sus regiones." (LLOPIS, 2006:45) [148]. As novas cadeias de rádio e TVs autônomas, as publicações regionalizadas de periódicos, a proposição de seleções esportivas regionais (no País Basco e na Catalunha elas já existiam desde os inícios do XX, embora desaparecidas durante o franquismo) e a própria adoção do formato político-organizativo de *Comunidades Autônomas* iriam contribuir nesse sentido, tal como a paralela ascensão desportiva dos clubes dessas regiões em campeonatos nacionais e competições europeias: como o *Valencia CF* (*Comunidade Valenciana*), o *Deportivo La Coruña* (*Galícia*), o *Real Sociedad* (*País Basco*), o *Real Zaragoza* (*Aragão*), *e o Sevilla FC* (*Andaluzia*).

Os casos de *etnoterritorialidade* precisariam ser vistos, entretanto, também de forma

---

[147]"Neste contexto, o conceito de *etnoterritorialidade* designa essa dimensão de um sistema político no qual os conflitos de identidade e as mobilizações políticas de grupos étnicos com uma base territorial identificável são desenvolvidos. Ela afeta os contextos territoriais nos quais as características étnicas e culturalmente distintivas se manifestam nas sociedades plurais (Rudolph e Thompson, 1992, Moreno, 1997, 2004). A vantagem deste conceito é que ele inclui tanto manifestações nacionais quanto regionais, as quais freqüentemente têm uma distinção difícil.".

[148]"Seus principais clubes se tornaram emblemas regionais; e seus administradores, jogadores e torcedores declararam publicamente a favor da autonomia de suas regiões.".

específica: por exemplo, segundo pesquisas de 2005 (LLOPIS, 2006) na Catalunha a imagem do clube como símbolo da região é prioritária entre os aficionados locais, mas no resto da Espanha predominaria uma associação do clube como uma equipe de futebol (ainda que a associação com a *etnoterritorialidade* seja percebida, aconteça e se destaque secundariamente) e a existência de jogadores "estrangeiros" (espanhóis ou estrangeiros mesmo) na equipe não é vista como problema historicamente (embora tenha se constituído orgulho com jogadores de "casa", em toda uma narrativa sobre formação de jogadores, seja no *FC Barcelona* em *La Masia,* ou no *RCD Espanyol*), seja por aficionados dentro ou fora da Catalunha. Isto já não se passaria no *Athletic Bilbao*, cuja maioria aficionada é proveniente (antes e depois de 1980) da região do *País Basco* e a maior parte dos torcedores avaliza a política histórica do clube em formar equipes apenas com jogadores predominantemente locais (LLOPIS, 2006).

A globalização do futebol na Espanha, incorporando elementos mercantis e de consumo, também teria influenciado numa reformulação do *etnoterritorialismo* no desporto. Segundo Llopis (2015), a transformação da maioria dos clubes espanhóis em *Sociedades Anônimas Desportivas* (*SADs*), a partir de 1990, e a entrada de muitos jogadores estrangeiros em clubes espanhóis (após a sentença *Bosman* de 1995) até não teriam diminuído a forte associação entre *etnoterritorialidade* e clubes. As torcidas locais continuaram sendo a base social dos clubes, e os acionistas principais muitas vezes foram (inicialmente) também da própria cidade da agremiação, o que possibilitava a permanência daquela simbologia (isso quando os clubes não desenvolviam relações, e eram apoiados economicamente pelos próprios governos locais). Porém, esta conjugação identitária teria passado a conviver cada vez mais com a simpatia por outros clubes (além do principal) não necessariamente da própria região, segundo Llopis (2006) devido as facilidades de conexão advindas com o processo de globalização (transmissões televisivas e internet). Sobre este aspecto Llopis (2015) desenvolveu uma pesquisa na Espanha a partir de dados de entrevistas de 2007, e chegou a conclusão de que havia se estabelecido uma certa cultura no país de aficionar por um clube mas também nutrir simpatia por outros. O quadro a seguir oferece o cenário, em 2007, do quadro de aficionados na Espanha, dos clubes de referência, e porcentagem de simpatia que os clubes dispunham como "segunda equipe" de preferência:

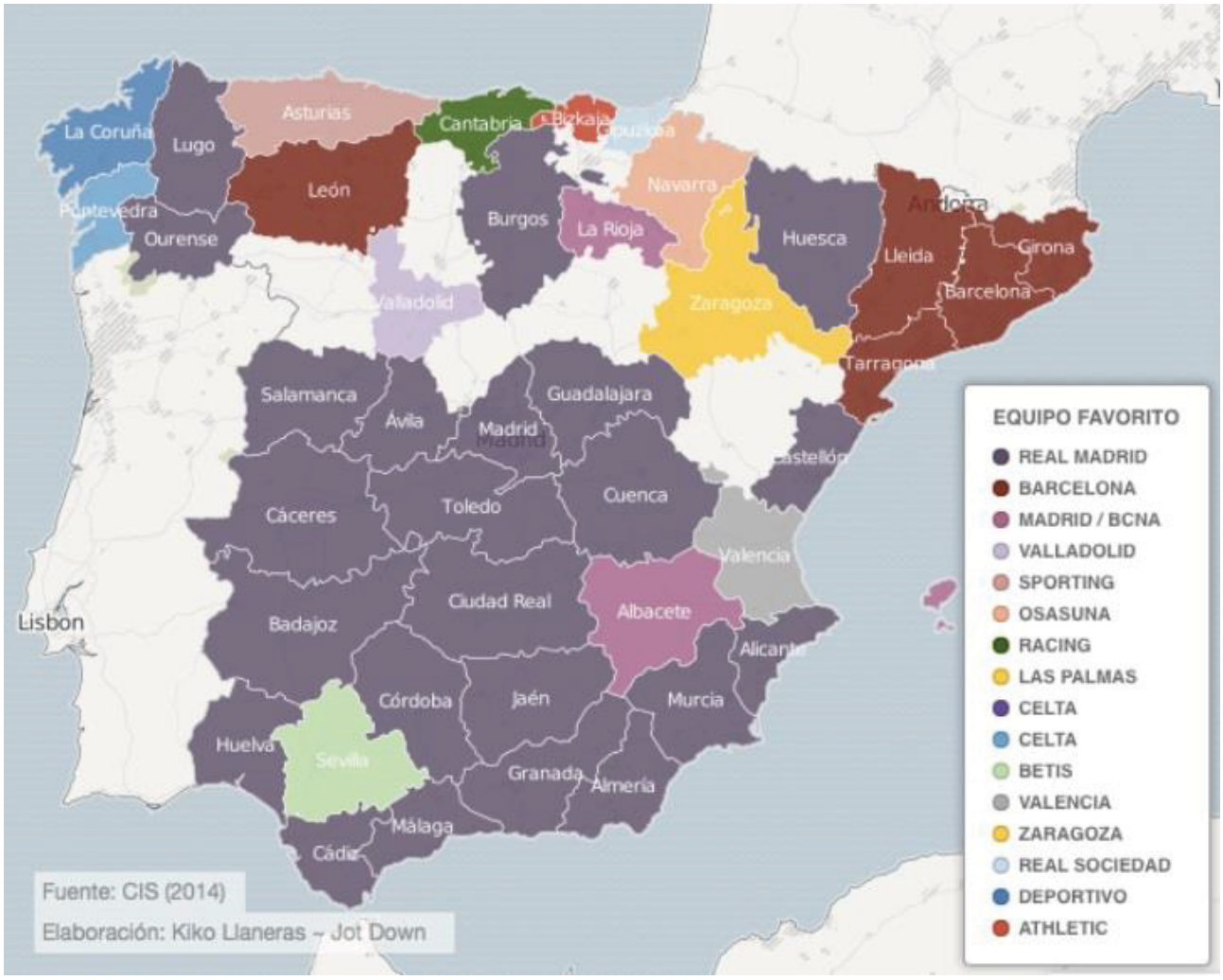
Tabela 12 - Identificação e Simpatia por clubes de futebol na Espanha

Clubes de futebol	Pessoas que se identificam (identificação básica)	Pessoas que se identificam como "segundo" clube.	Total (identificações básicas e adicionais)
Real Madri CF	32,8 %	6,8 %	39,6 %
FC Barcelona	25,7 %	6,6 %	32,3 %
Valencia CF	5,3 %	2,8 %	8,1 %
Athletic Club de Bilbao	5,1 %	2,2 %	7,3 %
Atlético de Madrid	4,3 %	3,4 %	7,7 %
Real Betis Balompié	3,3 %	2,7 %	6,0 %
Real Zaragoza	2,7 %	1,4 %	4,1 %
Sevilla FC	2,3 %	3,8 %	6,1 %
RC Deportivo La Coruña	2,2 %	1,8 %	4,0 %
RC Celta de Vigo	2,2 %	1,2 %	3,4 %
CA Osasuna	1,3 %	0,8 %	2,1 %
Real Sociedad	1,3 %	1,5 %	2,8 %
RCD Espanyol	1,0 %	3,8 %	4,8 %
Outros aficionados	10,5%	15,7 %	26,2 %
Total	100 %	54,5 %	154,5 %

Fonte: LLOPIS, Ramón (2015).

Como se percebe, constituiu-se uma forte predominância do *Real Madri* (32,8%) e *FC Barcelona* (25,7%) como equipes com mais torcedores no país, tal como também de serem as equipes mais escolhidas como "segundo clube". Llopis destaca que na Espanha, a partir da década de 1980, houve um fenômeno acentuado de diferenciação entre *FC Barcelona* e *Real Madrid*, em relação aos outros clubes. Enquanto aqueles se tornaram globais, os outros permaneceram ligados a espacialidade da sua região (LLOPIS, 2015). As bases torcedoras do *FC Barcelona* e do *Real Madri* já eram fortes, ao longo do século XX, por terem raízes em duas das maiores e mais importantes regiões do país, tal como pelo protagonismo histórico dos dois clubes na configuração espanhola (então é provável que já despertassem simpatias, ou torcida, além dos seus territórios de origem, antes de 1980). Porém, essa base teria crescido mais a partir de 1980, por motivações mais ligadas a crescente exposição midiática e desempenho esportivo destes clubes, processo que também jogaria o fenômeno do *etnoterritorialismo* conforme revela o quadro a seguir de uma pesquisa divulgada por um jornal da Espanha, sobre a repercussão torcedora de ambos os clubes no país, por províncias, para o ano de 2014:

Figura 3 - Predominância aficionada por província na Espanha



Legenda

* Nas regiões em branco (com exceção de Portugal), a amostra obtida era muito baixa para se fazer conclusões.

Fonte: Jotdown (2014).

Transpassando essa relação entre região e clube, a ideologia política também teria uma certa relação com a torcida pelo *FC Barcelona* ou pelo *Real Madrid*, por exemplo. Neste caso, o referido jornal cita a relação mais como circunstancial do que determinista. Os *barcelonistas* geralmente seriam mais propensos a serem de esquerda do que os madridistas. Entretanto, o *FC Barcelona* seria mais comum entre as classes altas e o *Real Madri* teria mais entrada nas classes trabalhadoras menos qualificadas (JOTDOWN, 2014)

Segundo o mesmo jornal, ainda, o *Real Madri* teria maioria torcedora em mais províncias do que o *FC Barcelona*, entretanto, de forma geral, os torcedores *barcelonistas* seriam mais presentes no norte e nas regiões mais periféricas do país, enquanto os madridistas teriam mais presença no sul e nas regiões do centro do país. O *FC Barcelona* teria, ainda, uma base torcedora muito forte na

Catalunha. Na *Província de Madri* os *barcelonistas* seriam em torno de 8% (madridistas 62%, e *Atlético de Madrid* 22%) e na *Província de Barcelona* os madridistas representariam 15% (*barcelonistas* 77% e espanyolistas 3%)[149].

Ainda sobre essa questão da associação entre *etnoterritorialidade* e clubes na Espanha, Soto (2014) destaca um fenômeno o qual chama de *identidades múltiplas* na Espanha. Tal fenômeno corresponderia a uma versatilidade dos indivíduos no Estado espanhol, em incorporar identidades aparentemente contraditórias no campo esportivo. Segundo Soto, havia já, desde a época franquista, uma identificação disseminada com a Espanha, por exemplo, através da seleção, que (entretanto) era rechaçada pelas mesmas pessoas no campo da política, que remeteria a Espanha franquista. No pós-franquismo, na *Catalunha* e no *País Basco* (por exemplo) poucas seriam as pessoas que só se identificariam com essas localidades no esporte (e não com a Espanha) e (ao mesmo tempo) rechaçariam totalmente a identidade espanhola: a maioria delas se identificaria com essas duas identidades, a partir dos clubes e também com a seleção da Espanha no campo esportivo, em graus diferenciados de *catalanismo* ou *basquismo*, ou de *espanholismo* no esporte.

A própria simbologia da seleção teria se alterado no pós-franquismo. Por muito tempo a imagem do selecionado remeteu (e foi promovido pelo regime) sob a ideia matriz do que Soto chama de "fúria e fracasso"[150]. Seguindo essa ideia, a narrativa destacava virtudes de coragem, luta, ousadia, paixão e valor dos espanhóis na seleção, imagem que corresponderia a *fúria.* Entretanto a mesma ideia matriz por vezes podia se converter em narrativas de fraqueza emocional, irracionalidade, selvageria, predisposição ao *fracasso*, ao azar, às injustiças e ao roubo, de acordo com o desempenho do selecionado (que na maior parte do tempo não teve grandes conquistas, e por isso a afirmação de que o regime se apoiou nos triunfos do *Real Madri* na Europa, para se legitimar). A partir da década de 1990 e (sobretudo) dos inícios do século XXI, tendo seu ápice nas vitórias das Eurocopas 2008-2012 e na Copa do Mundo de 2010 (com a maioria de jogadores do Barcelona, e um método considerado democrático de jogo conhecido como "tiki-taka"), teria se promovido cada vez mais na Espanha uma nova narrativa, a do "êxito", a qual promoveria a imagem da Espanha como inclusiva,

[149]Uma relação direta e crescente entre o tamanho da província (ou Comunidade Autônoma da qual faz parte), a sua importância econômica no país, e a existência de um clube com mais força social na região do que FC Barcelona e *Real Madri* pode ser percebida. Esse é o caso de Sevilha (com o Real Bétis), Bizkaia (com o Athletic Bilbao), Zaragoza (com o Real Zaragoza), e Valencia (com o Valencia CF), por exemplo.

[150]Segundo Llopis (2015) os debates na comunidade esportiva espanhola, ao longo da década de 1980 e 1990, face aos maus desempenhos do selecionado, mas protagonismo dos clubes no cenário europeu, geralmente consagravam os argumentos de "anorexia patriótica" e "falta de maturação" dos jogadores como causas da falta de êxito. Por "anorexia patriótica", defendia-se que a heterogeneidade cultural do país impedia uma identificação e dedicação dos jogadores na seleção, tal qual eles tinham nos seus clubes. Já "falta de maturação" remetia a uma espécie de crítica de que o futebol na Espanha incorporou muito estrangeiros, que acabavam impedindo o desenvolvimento esportivo e emocional dos jogadores espanhóis nos clubes, que por fim acabariam jogando na seleção.

moderna, europeia e vitoriosa (SOTO, 2014).

No caso das torcidas, são importantes algumas considerações. Conforme já destacado, a Espanha tem uma tradição muito peculiar de formação torcedora, as *penyes* que começaram a se formar no futebol desde a década de 1940 (ou até antes), e se disseminariam muito a partir da década de 1970, permanecendo durante a *globalização*. Já a partir da década de 1980, no contexto pós-franquista de abertura (sobretudo após a Copa da Espanha de 1982), surgiriam as formações torcedoras inspiradas em formas mais catárticas e performáticas de animar (como a *ultra, hooligan, torcida organizada* ou os *tatan army*, por exemplo), favorecidos por intercâmbios com torcidas italianas e inglesas, e até pelo sensacionalismo da mídia. Ou seja, as *gradas* (organizações torcedoras performáticas de jovens) na Espanha são um fenômeno demarcado pela *conectividade* (Copa de 1982, torneios europeus, mídia e abertura do país) que fomentam a mimetização do público torcedor a partir de influência externas, e demarcados pela cisão geracional. Não ascenderiam (prioritariamente) como reflexo da transformação da sua relação com o clube (ou de uma transformação social fortemente econômica), como seria o *hooliganismo* inglês, segundo Taylor (SPAAIJ, 2006). A maioria das novas torcidas emergia a partir de núcleos *penyes*, de torcedores mais jovens que buscavam o menor controle dos adultos e uma forma mais animada de torcer. Essas novas formações torcedoras se associariam com várias outras subculturas que ascendiam na Espanha, de tribos urbanas, e/ou da cena musical como: o *punk*, o *skinhead* (cuja estética tinha suas raízes entre jamaicanos e operários ingleses da década de 1960, e depois foi incorporado por movimentos de extrema direita britânica[151]), o *mod, heavie* ou o *anarquismo*, além dos históricos regionalismos/nacionalismos políticos (muito próprios da Espanha). Conforme já exposto, o início da década de 1980 foi um contexto de crise econômica (que muito afetou os jovens), e de desmobilização política, em que essas torcidas catalisavam demandas de pertencimento, subculturas urbanas e ideologias políticas diferenciadas (extremismo de direita ou esquerda; ou mesmo o antifascismo, embora todas elas inicialmente de forma superficial), e teriam uma trajetória em que começaram a ser reportadas como ligadas e propulsoras de episódios crescentes de violência no futebol (VIÑAS, 2005). Paralelamente, nessa época, os clubes também barateavam ingressos para mobilizar e rejuvenescer seus públicos, e apoiavam essas formações. Pareciam estar associadas a um plano geral do governo espanhol de otimizar a capacidade de receitas dos clubes (e torná-los menos endividados e mais autônomos), a partir do aumento do público torcedor.

[151]O movimento skin poderia ser segmentado em diferentes subgrupos, em sua trajetória histórica (incorporando, ou não expressões da esquerda à direita), como: os tradicionais (operários e imigrantes), os SHARP (Skinheads Against the Racial Prejudice), os RASH (Red and Anarchist Skinheads) e os boneheads (extremistas de direita).

Muitas dessas torcidas passaram a frequentar também seções poliesportivas dos clubes, se notabilizando por enfrentamentos nos *dérbis* locais. O fenômeno *ultra* na Espanha é complexo na medida em que conformavam *identidades* diversas, *híbridas* (combinadas ou não com subculturas urbanas de diversas matrizes, regionalismos e correntes políticas), além de incorporar também as "novas identidades" em alguma medida, como a *atomização*, *consumismo*, *descentramento*, *fundamentalismo*, *tradição* e *consumismo*. Dessa forma, muitos jovens, as vezes notabilizavam-se apenas pela busca de *status* por ações violentas e radicais (que repercutiam muito na mídia), numa espécie de *consumo* da própria imagem, e sem ligações efetivas com as comunidades e valores políticos que "vestiam" ou "exibiam" (*atomizados*). Esses pertencimentos jovens (por vezes associados com subculturas urbanas) eram muitas vezes também *descentrados* de modelos, demandas e partidos políticos formais estabelecidos, mas podiam associar-se a eles reivindicando nacionalismos (da Espanha ou periféricos, como o *catalão* ou o *basco*), muitas vezes de formas *fundamentalistas* por meio da *xenofobia* ou do *racismo.* Na década de 1990, surgiriam leis e medidas rigorosas para combater a violência no futebol espanhol[152], policiamento mais intensivo (e investigações com apoio das agremiações), restrições nos estádios (de pirotecnia, símbolos fascistas e de performances), proibição de álcool, desincentivo dos clubes e, também, novas formações torcedoras que passaram a se intitular contra a violência (e "antipolíticas"), além do *casual style*[153] não ter se desenvolvido muito da Espanha (SPAAIJ, 2006). Entretanto, apesar de nos estádios a violência ser muito reduzida (desde 1990), ela permaneceria em locais longe das praças esportivas, com outros casos fatais (VIÑAS, 2005).

No caso dos clubes que se transformaram em empresas (a maioria na Espanha após 1990) Llopis afirma que a palavra *sócio* permaneceu na Espanha, mesmo após a instituição dos modelos das *SADs* (2015). Isto seria reflexo de uma certa confusão entre os torcedores sobre o significado das *SADs*, ou mesmo um certo recalque entre os fãs na aceitação simbólica da propriedade do clube por uma pessoa, ou um grupo de acionistas. Ainda, muitos acionistas majoritários de clubes na Espanha permaneceriam sendo parte da elite local dos clubes; seria também comum o simbolismo e associação com a localidade e com os torcedores locais permanecerem por benefícios econômicos que poderiam advir daí para os próprios clubes (ou seja, já havia um público constituído e consolidado a explorar).

Outro fenômeno que merece ser destacado é a recorrência de episódios de *racismo* e *xenofobia* no futebol da Espanha, durante o período. Sobre isto Llopis (2015) afirmaria que tais expressões não

[152]Sobretudo após o episódio do assassinato de um jovem torcedor das *Brigadas Blanquiazules* (*RCD Espanyol*), por membros dos *Boixos Nois* (FC Barcelona).
[153]Estilo *hooligan* inglês demarcado por uma estética de uso de roupas de "marca", e de um visual que "não chamava a atenção" (por exemplo, não raspavam a cabeça), com o objetivo de disfarce aos aparelhos repressivos.

seriam novas. Entretanto, ao longo dos anos, houve uma maior atenção da mídia e a reconfiguração do fenômeno: antes eram mais baseados em diferenças biológicas, e passaram a ser disseminados sobre percepções de diferenças culturais ou incompatibilidades. O novo fenômeno também seria complexo, multifacetado e não restrito a expressões de torcedores organizados: segundo Llopis, seria um fenômeno presente na própria sociedade espanhola inclusive em formas menos explícitas. Por outro lado, o governo, e a própria sociedade, estariam reagindo criando instrumentos legais para combatê-los dentro e fora do futebol.

A Catalunha na *globalização*

No período entre 1980/2010 a *Comunidade Autônoma da Catalunha* dividia-se em 4 províncias: Lleida (ou Lérida), Tarragona, Girona e Barcelona (cuja capital seria a cidade de Barcelona). A população catalã cresceu de 5,9 milhões a 7,4 milhões[154], entre 1980 a 2010 (BALSELLS, 2012), sobretudo a partir de um *boom* econômico entre 2000/2007, que atraiu muitos imigrantes de fora do país. A Catalunha é uma região historicamente receptora de imigrantes. Entretanto nos inícios da década de 1980 sofreu um processo de saída de migrantes, devido a forte crise econômica que vivia a Espanha em geral. Foi em meados de 1980 que se iniciou os primeiros movimentos de uma migração estrangeira mais pronunciada (principalmente da África e Ásia), mas teve um declínio em 1990 (SOLÉ, 2000; IDESCAT, 2009). Em 1994 houve uma nova irrupção crescente de imigrantes estrangeiros na região, e a partir de 2000 uma efetiva grande inflexão nesse sentido. A principal concentração populacional se manteve na província de Barcelona, que aumentou de 4,6 milhões para 5,4 milhões de habitantes entre 1981 e 2010 (IDESCAT, 2019), e boa parte desse crescimento se deu a partir de 2000. As províncias de Girona e Tarragona também tiveram um acréscimo considerável em suas populações no período (cerca de 460 mil a 740, e 510 mil a 800 mil respectivamente).

[154]Atualmente 7,6 milhões de pessoas (IDESCAT, 2019).

Figura 4 - Mapa da Catalunha

Fonte: BBC (2018).

Assim, em 2000 a Catalunha tinha cerca de 200 mil imigrantes legalizados[155], e em 2010 chegaria a cerca de 1 milhão[156] (o que representaria cerca de 17% dos estrangeiros do Estado espanhol, e 14 % da população catalã). Só a província de Barcelona receberia mais de 500 mil imigrantes nos primeiros entre 2000/2010 (já com reações de *xenofobia* e *racismo* desde meados de 1980, o que chamamos *identidades fundamentalistas*). Esse crescimento populacional da Catalunha foi, portanto, muito mais beneficiado pela imigração do que pela taxa natural, tendo a natalidade mantido uma média próxima a 10% no período. Neste sentido, a população catalã transformou-se de uma população de concentração em indivíduos mais jovens (até 14 anos) em 1980, para indivíduos mais adultos em 2010 (entre 30 e 44 anos)[157] (IDESCAT, 2009). Essa guinada etária, possivelmente se relacione com irrupções de subculturas jovens (e torcedores *ultras*) na década de 1980 associada a altas taxas de desemprego, na região (similar a situação da Espanha, de forma geral).

A Catalunha viveu (na verdade), após a guerra civil de 1939, pelo menos duas ondas migratórias internas muito agudas. A primeira delas interna, mais ou menos na década de 1950, uma época de plena industrialização da Catalunha (um dos "motores" da economia espanhola) e que cresceu exponencialmente, e continuamente, o número de imigrantes chegados do sul da Espanha,

[155]Cerca de 90 mil vindos da África (45 mil, só dos Marrocos), 45 mil das Américas e 45 mil da União Europeia (IDESCAT, 2019).
[156]Cerca de 300 mil da própria União Europeia, 290 mil da África (130 mil só dos Marrocos), 250 mil das Américas e 100 mil da Ásia (destaque para chineses e paquistaneses) (IDESCAT, 2019).
[157]Nesse período a média da taxa de maternidade aumentou de cerca de 26 para 29 anos. De 1980 a 2006 a taxa de filhos de mães não casadas aumentou muito também. De mais ou menos 4 mil à 24 mil. A média de matrimônios anuais manteve-se praticamente a mesma (mais ou menos 35 mil, com um leve declínio), mas houve uma queda abrupta de matrimônios religiosos (quase totalidade) em favor de matrimônios civis (quase inexistentes), perfazendo uma maioria de matrimônios civis em 2006 (cerca de 25 mil, em crescimento), e uma minoria de religiosos (cerca de 15 mil, em declínio). Homens e mulheres passaram a casar mais velhos também, com uma média de 25 anos em meados dos anos 1970, para cerca de 30 anos em 2006. Houve um sensível aumento de separações matrimoniais (de 1,6% para 3,9% entre 1986/2006). Entre 1981/2001 houve aumento de famílias monoparentais, em que os filhos são criados por um dos pais (de 6% para 9%), de lares de uma pessoa só (de 10% para 20%) (IDESCAT, 2009).

especialmente da Andaluzia (lugar historicamente mais pobre na Espanha), mas também da Galícia e Estremadura[158]. Entre 1950 e 1970 a população catalã aumentou de 3,2 milhões para 5,1 milhões de pessoas (IDESCAT, 2019). A inflexão econômica, experenciava também a decadência no setor têxtil e a ascensão de outros setores, como o metalúrgico (com destaque para o automobilístico). Vivia-se uma época em que o *consumismo* era incorporado como estilo de vida de classe média (como possuir um carro, ou um imóvel novo), mas que contrastava com a explosão de imigrantes que viviam entre o emprego e o desemprego na cidade. Houve, nessa época, também um desenvolvimento notável do turismo na região (década de 1960), e também a partir daí Barcelona viveria um *boom* imobiliário e urbanístico, que ficaria conhecido como "porciolismo" (requalificaram-se centenas de terrenos para novas construções, época em que o alcaide da cidade era José Maria de Porcioles). Já nos inícios de 1970, Barcelona estava entre as regiões mais desenvolvidas da Europa, e a que mais recebera migrantes (internamente, da própria Espanha), pelo menos duas vezes mais que Madrid, no mesmo período, por exemplo (BARCO, 2015).

Haveria outro *boom* imigratório para a Catalunha, a partir da década de 1990 já no contexto da consolidação da União Europeia e, paralelamente, um reforço e consagração de Barcelona como uma destacada capital turística mundial (com uma população circulante de turistas anuais maior que a residente), sobretudo após as Olimpíadas de 1992, que começou a ser planejada em 1981. Vale destacar que nos inícios da década de 1980, a cidade tinha um fluxo de perda e emissão de migrantes, e era uma urbe ainda com vários problemas estruturais (VILÁ, 2010). Para 1992, Barcelona receberia muitos investimentos para abrigar o referido evento, com destaque para transformações urbanísticas, e nas malhas aérea e ferroviária (BARCO, 2015). Favoreceria também o aumento da oferta de voos *low cost*, e cruzeiros para a região (inícios de 1990), tal como a própria notoriedade que o evento esportivo deu a cidade como destino turístico (TAMAJÓN & VALIENTE, 2009), ou mesmo como uma cidade moderna, dinâmica, empresarial e cosmopolita a qual ficaria notabilizada como o "modelo Barcelona" (VILÁ, 2010). Por outro lado, a inflexão proporcionada pelas Olimpíadas de 1992 também colocariam Barcelona mais integrada e promotora do que denominamos identidades *atomização, consumo* e *ethos-trabalho.* A cidade, de fato, ascende como uma capital europeia de negócios, mas também como de um turismo massificado, movimentada muito pelo capital, pelo *consumo*, e pela *gentrificação* de alguns bairros, muitas vezes em detrimento da *cidadania* e do senso de comunidade local.

Assim, em 1990, a Catalunha já atraía pessoas de diversas partes da Europa, com destaque

[158]O fim da década de 1950, aliás, o franquismo reconfigurar-se-ia face as tensões e crise econômica vividas naquele período.

para estrangeiros não europeus, para passear, mas também paulatinamente (tal como a Espanha) passaria a ser muito visada como destino de oportunidades profissionais (neste caso, com uma grande inflexão a partir de meados da década de 1990). O fluxo migratório para Catalunha seria então em um *boom* migratório circulante ou permanente. Em 2013, Barcelona chegaria a 10ª cidade mais visitada do mundo (3ª da Europa), e recebera nesse ano cerca de 8 milhões de turistas, pessoas que dormiam pelo menos uma noite. O número de visitantes anuais sem pernoitar seria bem maior, chegando a 27 milhões em 2012 (AJUNTAMENT DE BARCELONA, 2014). Cumpre notar que a cidade tinha uma população residente de 1,5 milhões nessa época. Embora, por muito tempo, a grande maioria da população fosse favorável ao turismo (TURISMO A BARCELONA INFORME ANUAL, 2014), muitos habitantes locais começaram a hostilizar recentemente (pós 2013) os turistas (com adesivos e pichações nas ruas, como "turist, go home!"; o mesmo aconteceria em outras cidades europeias), os quais acusavam de encarecer os aluguéis na cidade (e o custo de vida), saturar de toda forma a vida cotidiana, não contribuir para a conservação da urbe, além de não deixarem dinheiro suficiente para justificar tamanha circulação (CAMPOAMOR, 2017).

Em 2007 a população da Catalunha tinha uma das expectativas de vida mais altas do mundo[159](IDESCAT, 2009). Se considerarmos a taxa do PIB por habitante, nesse período o habitante da Catalunha teve, em média, uma crescente melhora econômica desde o fim do franquismo. O PIB per capita aumentaria de cerca de € 5,9 mil (1980) para € 29 mil em 2006 (IDESCAT, 2019), padrões próximos aos dias atuais (e que seguiram a inflexão da própria União Europeia e Espanha). Isto melhoria o padrão de vida médio da população catalã, com acesso às novas tecnologias e a diminuição do preço de itens de necessidade básica. Entretanto, os catalães veriam disparar muito o preço e o seu gasto com habitação[160]. Em termos econômicos, o setor de serviços (64% em 2007) passou a compor a maior parte das receitas que perfaziam o PIB, com a diminuição relativa do setor industrial (de 37,5% a 22,5% entre 1975-2006) e da própria agricultura. Houve, também, grande inserção da mulher ao mercado de trabalho, experimentando essa "emancipação" quase 70% delas. Por outro lado, as taxas de desemprego mantiveram-se sempre acima de 10% (com picos atingindo mais de 20%), prejudicando mais as mulheres. Houve um período de queda considerável de desemprego entre

[159]Em 1981 10,3% da população tinha entre 65 e 84 anos, e 0,7% com 85 ou mais. Em 2006 seriam 14,5% com 65 até 84 anos, e 1,9% com mais de 84 anos.

[160]O metro quadrado (imóvel novo) sofreu um *boom* em Barcelona, de € 570 (1987) para € 5,9 mil euros (em 2007), uma inflexão um pouco maior do que aconteceu em toda Catalunha. O IPC (índice de preço do consumo) caiu, tal como na Espanha, de 15,5% anual (1979) para 2,8% (2007). O morador da Catalunha passou a gastar mais também com educação (menos de € 50 em 1980, para € 817, em 2008) saúde (cerca de € 80 em 1982, para € 1229, em 2008). Mas se em 1980 as pessoas gastavam em média 20% do salário em habitação (e cerca de 30% e alimentação e quase 8% em vestimentas), em 2005 gastavam cerca de 34 % (e 16,7% em alimentação e 6% e vestimentas). Em 2005 também, quase todo catalão tinha acesso a TV à cores (em 1980 eram 35,8%), pouco mais de 50% tinha computadores em casa, e quase 90% tinha telefone fixo (em 1980 cerca de 65%) (IDESCAT, 2009).

2003/2008, quando foi menor que 10% (situação que seguia os padrões da própria Espanha).

A década de 1980 em diante foi um período, também, em que multiplicou-se a presença das multinacionais na localidade (enquanto outras desapareciam, por se tornarem defasadas), ao ponto de passarem a existir ali apenas uma, a cada cinco industrias, de capital local (BARCO, 2015). Barcelona em 2012, poderia ser considerada já uma "capital global do sul" da Europa, com 8 universidades (públicas e privadas), referência em escolas de negócios, cerca de 4,5 mil empresas estrangeiras em diversas áreas. Teria ainda um aeroporto internacional, um dos maiores portos do mediterrâneo, malha rodoviária e ferroviário de referências globais, bem interligadas com a Europa (inclusive com acesso a trem de alta velocidade) (AJUNTAMENT DE BARCELONA, 2014).

Essas reconfigurações provocariam reações no interior do próprio *catalanismo*, seja de abertura/reclusão ao estrangeiro, mas muitas vezes também de rechaço à proposta de modernidade e mercantilização de uma "nova Barcelona/Catalunha" em pauta, que poderia ameaçar a "tradicional e valorosa" Catalunha.

Um pouco sobre o *catalanismo*: das *tradições* às eleições na Catalunha (1980-2010)

> El catalanismo es un fenómeno cultural, social y político que no siempre se expresa de la misma manera. Que empieza en la segunda mitad del siglo XIX como una expresión eminentemente cultural, y que poco a poco se convierte en política. También que es transversal ideológicamente. Hay catalanismo conservador y catalanismo de izquierdas, católico y republicano...(SANTACANA, 2018)[161].

O *catalanismo, ou o nacionalismo catalão tem* uma historicidade própria de longa duração, constituindo um campo repleto de correntes culturais e politicamente distintas. Alguns autores recorrem aos primórdios da Antiguidade ou da Idade Média para encontrar as raízes do *catalanismo*, mas ele efetivamente se instituiria após o movimento conhecido como *Renaixença*, corrente paralela ao próprio *romantismo* europeu, e que aconteceu no século XIX na Catalunha (se inspirando em um passado romantizado e glorioso, muito demarcado pela ruralidade). Seria, portanto, da *Renaixença* que emergiria *o nacionalismo catalão moderno, ou seja, estava dentro do contexto da formação dos Estado-Nação, pós-Revolução Francesa*.

Seguindo essa perspectiva, há alguns marcos mnêmicos e históricos fundamentais para situar e entender o *catalanismo,* como: a língua catalã (pelo menos desde a Idade Média, embora revigorada

[161]"O catalanismo é um fenômeno cultural, social e político que nem sempre é expresso da mesma maneira. Ele começa na segunda metade do século XIX como um fenômeno eminentemente cultural e, pouco a pouco, se torna político. Ele é também ideologicamente transversal. Há catalanismo conservador e catalanismo de esquerdas, católico e republicano ...". Entrevista por e-mail, com o professor Carles Santacana, em setembro de 2018.

na *Renaixença*) a *Guerra dels Segadors* (1640-1652), a *Guerra da Sucessão* (1701-1714)[162] e a própria *Renaixença* (século XIX). Cumpre dizer, também, que ao longo do século XIX, o *catalanismo* transitaria primeiramente entre uma classe mais restrita de intelectuais (tendo um caráter mais cultural), ascendendo então ao mundo da política, aí se disseminando prioritariamente entre empresários e classes mais altas, e depois (já na primeira década de XX) entre partidos e movimentos de esquerda (ascendentes na Catalunha, nos inícios do XX), acabando por constituir um campo político próprio, em que emergiram vertentes opostas, desde uma época em que a própria Espanha, do início do XX, se transformava e vivia dilemas na condução da sua "revolução burguesa", em face de um mosaico de diferenças e regionalidades o qual o Estado espanhol conformava, e confronta até os dias atuais.

Na contemporaneidade, há autores que discutem qual a natureza melhor caracteriza o *catalanismo* (em termos políticos) e é debatido se ele penderia mais para a *etnicidade* ou para o *civismo*. Há, também, outros elementos político/culturais (atualmente) de auto referência para os catalães, que frequentemente são mais destacados, embora (em última análise) deva ser sempre considerada sua transversalidade: nesse sentido, *catalanismo* teria a ver com Europa, progressismo, intelectualidade, empreendedorismo, modernidade, um cosmopolitismo com raízes, democracia, cidadania e riqueza; uma identidade/alteridade geralmente contraposta à *Castela*: esta seria arcaica, conservadora, ignorante, do Estado centralizador, monárquica (de pretensão imperial), inquisitorial, chauvinista, autoritária e oligarca.

Como elemento hegemônico identitário do *catalanismo*, parece ser óbvia a menção a língua, mas há outros elementos populares, extremamente importantes a serem lembrados e chancelados pela própria *Generalitat*[163] como símbolos oficiais: a bandeira *Senyera* (cujo uso remonta à Idade Média)[164], que foi restituída desde 1979/1980 formalmente, e que tem versões independentistas (*Esteladas*):

---

[162]Segundo Duch (2004) a *Guerra dos Segadors* (transformado em hino em fins de XIX), e o *11 setembro* (1714), seriam dois momentos em que os catalães tiveram perda de liberdades e derrotas em sua autonomia, sobrepujados por Castela.
[163]A *Generalitat* é um conjunto de instituições de autogoverno da Catalunha (Parlamento, Governo, Presidência e outras instiruições administrativas), cujo modelo tem seus primórdios nas Cortes catalãs, ainda no século XIII. Voltaram a representar a organização do autogoverno da Catalunha dentro do Estado espanhol, desde 1977, com o fim do franquismo
[164]A *Senyera*, também adotada pelo Reino de Aragão (do qual faria parte a Catalunha), é lembrada geralmente pelos catalães como a mais antiga bandeira europeia, pelo menos desde o século XII (embora uma versão, em forma romantizada, afirme que ela surgiu ainda no século IX, quando Carlos o Calvo, rei dos francos, molharia os quatro dedos no sangue de um ferimento do Conde de Barcelona Guifré el Pilós, atingido na batalha contra os normandos, e depois "riscaria as quatro barras" com os dedos com sangue em seu escudo dourado, motivando-o para a luta.

Figura 5 - Senyera, Esteladas e bandeira com a cruz de Sant Jordi/São Jorge

Legenda

1. *Senyera*; 2. *Estelada* (surge em inícios do XX, representa *independentismo*); 3. *Estelada Roja* (surge na década de 1970, representa o *independentismo socialista*); 4. *Estelada ecologista* (surge nos inícios do XXI, representa o *independentismo ecologista* e o *pacifismo*); 5. *Estelada Anarquista* (surge na década de 1970, representa o *anarquismo* nos chamados *paisos catalans*; 6. *Bandeira com a cruz de Sant Jordi.*
*obs: há outras versões possíveis da *Estelada*

Fonte: Hancock (2017); Gencat.cat (2019).

os padroeiros *Sant Jordi*[165] (São Jorge no Brasil) e *Maria de Montserrat*[166]; *El Segadors*[167], uma canção de proveniência popular de 1640 que se tornaria o hino nacional da Catalunha ainda em 1931 (lembrando a *Guerra dos Segadors*), e obrigatório nas escolas desde 2001/2002 (DUCH, 2004); a dança típica *Sardana*; a *Díada* do *11 de setembro*, festa cívica em comemoração a resistência catalã

[165]*Sant Jordi*, por sua vez, seria padroeiro da cidade desde o século XI, e remete a lenda de um cavaleiro cristão que salvou uma donzela de um dragão em uma vila da *Catalunha* (Montblanc), e ao atingi-lo, com sua espada, o sangue se transformaria em rosas muito bonitas, uma das quais o cavaleiro daria de presente à donzela. Todo dia 23 de abril é comemorado o dia de *Sant Jordi* na *Catalunha*, quando costumeiramente namorados entregam uma flor às namoradas, e estas retribuem com um livro. Inúmeras instituições passariam a adotar o símbolo de *Sant Jordi* (tal como a *Senyera*), na *Catalunha*, desde a *Renaixença* (inclusive a *Mancomunitat* e a *Generalitat*), e um monumento (bem conhecido) que faz referência à lenda (a arquitetura tem um formato interno de um dragão), é a Casa Batlló, reformada por Antoni Gaudí, e ponto turístico destacado em Barcelona.
[166]Na Catalunha há uma montanha (nas cercanias de Barcelona) com um monastério beneditino em homenagem a santa "moreneta" (moreninha). Segundo Duch (2004) Montserrat seria a Santa considerada mãe de Deus e o santuário nacional do povo catalão, por excelência.
[167]Em síntese fala de uma Catalunha que voltaria a ser rica, grande e gloriosa (triunfante), convida a batalha e elege como inimigo "gente ufana e soberba", e que iriam "ceifar grilhões".

as tropas espanholas em 1714 (comemorada desde fins de XIX, e restituída em 1980) [168].

Outros elementos também merecem destaque como *els castells*[169]; uma ética catalã, o *seny* (o inverso do *rauxa*) que representaria uma espécie de bom juízo dos catalães para agir no cotidiano; o *l´hereu*, uma prática que seria comum na "Catalunha velha" e rural de privilegiar o filho mais velho com a herança, de modo que os outros buscassem outras ocupações; a arquitetura de Antoni Gaudí (como a *Sagrada Família*, a *Casa Batlló*, o *Parque Güell* e *La Pedrera*, monumentos espalhados por Barcelona); elementos de vestimenta como a *barretina* (boina típica da região); pratos típicos, como os embutidos (ex.: o *fuet*), a *escudella*, o *pa amb tomaque* (pão com tomate); e utensílios, como o *purró* (vasilhame para beber vinho). E claro, o próprio *FC Barcelona*, que se tornaria um dos maiores ícones culturais do *catalanismo*[170], e também um elemento unificador (e agregador) para várias formas de *catalanismo* (DUCH, 2004).

Na minha estadia em Barcelona, percebia que muitas vezes o *catalanismo* parecia ser caracterizado, também, em termos geográficos e climáticos (um tipo de ruralidade própria, as praias e o mediterrâneo). É possível citar, ainda, alguns outros marcos e monumentos institucionais de destaque, como a própria *Generalitat*. Também a aquisição, no plano simbólico, de resistência ao franquismo e (para os catalães ou simpatizantes) a opção plural e democrática (embora extremismos da direita à esquerda também habitem historicamente, embora minoritariamente o *catalanismo*). O *independentismo*, na verdade, historicamente não foi a opção predominante no *catalanismo*, constituiu uma posição de minorias. Na maior parte do tempo (pós-Franco) a *catalanidade* se caracterizou mais pela moderação e conviveu com o *espanholismo*, buscando mais um melhor *encaixe* nessa relação, a partir da ideia de autonomia, mas prevalecendo o ideal do Estado espanhol multinacional e das *identidades duplas* (catalã e espanhola).

Uma visão panorâmica sobre as eleições na Catalunha (as *autonômicas* e as *generales*), podem nos dar alguma ideia sobre a complexidade da identidade catalã. Quatro ou cinco partidos se

---

[168]Segundo Duch (2004) a *Guerra dos Segadors* (transformado em hino em fins de XIX), e o *11 setembro* (1714), seriam dois momentos em que os catalães tiveram perda de liberdades e derrotas em sua autonomia, sobrepujados por Castela. A lembrança (propulsada de *Renaixença*) não seria (obviamente) pela derrota, mas pelo orgulho e prontidão para a luta. No caso da *Guerra dos Segadors*, o simbolismo seria forte porque essa seria também a época em que a Portugal e Holanda tiveram suas independências frente aos Habsburgos (casa soberana na Espanha, naquele momento), o que não se deu no caso da Catalunha (e que ainda perderia boa parte do território e da população, para o reino da França). Tanto a *Senyera* como a Creu de Sant Jordi já figuravam na bandeira da cidade de Barcelona, desde a Idade Média, e seu simbolismo associado à região da Catalunha desde tempos tão longínquos (pelo menos século XI), parecem reforçar uma memória de que esta era já uma região muito coesa e que se representava, anteriormente a outras que viriam a se tornar Estados, entre os quais a própria Espanha.

[169]Torres "humanas", comuns em festas populares na região, em cidades fronteiriças a Barcelona (como Valls, Tarragona e Vilafranca), que foram adotadas no pós-franquismo como símbolo da catalanidade (tais como alguns outros símbolos que não viriam da Reinaxença), ajudando a dar coesão e fortalecer o sentimento de catalanidade.

[170]Muito embora os torcedores do *RCD Espanyol*, nos dias atuais, constantemente afirmarão "Catalunya és més que un Club", e o clube azulgrana também catalise o catalanismo ao seu modo.

tornaram importantes na Catalunha no período:

Tabela 13 - Partidos políticos mais destacados na Catalunha (1980-2010)

Convergencia Democratica de Catalunya (CDC) – 1974	Centro-direita nacionalista	Partido de ideologia liberal e centrista criado, em 1976, por Jordi Pujol i Soley (perseguido pelo regime franquista desde 1960) com ajuda de Ferran Ariño. Em 2015, com a dissolução da CiU, a CDC vai formar outras conformações pela independência, como *Junts pel Sí* (2015) ou *Junts per Catalunya* (2017), já sob a liderança de Carles Puidgemont (desde 2017 exilado na Bélgica)
Unió Democrática de Catalunya (UDC) - 1931	Democrata, cristão, nacionalista catalã	Partido criado em 1931 de ideologia nacionalista, democrata e social cristã.
Convergencia i Unió – 1978-2015	Reunião da CDC e UDC. Centro direita catalã, democrata e cristã.	Foi uma reunião de partidos políticos nacionalistas da direita moderada catalã, em 1978, que contavam na sua formação, com a *Convergència Democràtica de Catalunya* e *Unió Democràtica de Catalunya*. Vai dar uma guinada ao independentismo, a partir dos inícios do XXI. A CiU vai se diluir em 2015, por dissidências no processo de independência catalão.
Union de Centro Democratico (UCD) – 1977-1983	Reformista, liberal, cristão, democrata, social-democrata, nacionalista espanhol	Reunião de vários partidos, visando a chamada "transição democrática" (momento em que governaram o país). Reunia grupos do centro à direita nacionalista espanhola, muitos vindos dos quadros políticos franquistas. Diluiu-se em 1983, em um período de crise econômica na Espanha. Muitos dos seus quadros iriam fortalecer a *Alianza Popula*r (criada em 1976) e depois *Partido Popular* (este criado em 1989)
Partit dels Socialistes de Catalunya (PSC) – 1978	Federalista, social democrata, de esquerda local, ligado à esquerda nacional.	Passou a promover a dupla identidade nacional (catalã e espanhola), e a defesa da auto-determinação catalã, no século XXI. Aliado ao PSOE (Partido Socialista Obrero Español) no plano nacional.
Esquerra Republicana de Catalunya (ERC) – 1931	Nacionalista de esquerda	Partido nacionalista de esquerda, criado no contexto da proclamação a II República da Espanhola e depois na Guerra Civil. Torna-se *independentista* (pelos "Países catalães") nos inícios de XXI.
Partit Socialista Unificat de Catalunya (PSUC) 1936-1998	Posições marxistas, catalanistas, republicanista.	Surgido durante a IIª República Espanhola (1931-1939). Foi perseguido pelo franquismo, com membros assassinados. Voltaria a esfera pública em 1977. Durante fins dos anos 80 ajudaria a formar a IC, depois ICV. Diluiu-se em 1998.
Iniciativa per Catalunya Verds (ICV) – 1987	Esquerda,nacionalista, ecologista.	Surge em 1987 para reposicionar a esquerda na Catalunha e abrir-se a novas demandas progressistas. Posições mais marxistas em 1980 (IC), para mais ecosocialistas a partir de 1990 (IC-V), e *indenpendentistas* a partir de 2000.
Partido Popular (PP) – 1989 (Alianza Popular [AP]-1976)	Nacionalista espanhol, liberal, cristão e conservador	Descende da Alianza Popular que era uma confederação de partidos (depois um partido) de conservadores e nacionalistas de direita espanhola, surgida na "transição democrática" (1975-1982), o *Unión de Centro Democraático* (UCD).
Ciutadans (Cs) – 2006	Direita, liberal, conservador	Anti-nacionalismos periféricos, como a Catalunha ou o País Basco. Afirma defender a causa "cidadã", europeia e liberal.

Fonte: Elaboração própria (2019).

Na Catalunha os partidos seguiram, no período, sempre duas clivagens: direita/esquerda e centro/periferia. A primeira clivagem trataria de diferenças clássicas dentro do universo político, e a segunda sobre questões do encaixe do nacionalismo espanhol com o nacionalismo catalão. Nenhum partido defenderia sua identidade apenas a partir de uma clivagem, ainda que uma delas se destacasse mais (TERUEL & BARRIO, 2014).

Na Catalunha, desde as primeiras eleições na democracia, haveria o chamado fenômeno do *voto dual*: as pessoas não votavam nos mesmos partidos nas eleições para o Parlamento da Catalunha (autonômicas) e nas eleições legislativas para Espanha (*generales*). Assim, entre 1982-2008, o PSOE-PSC foi sempre o mais votado nas *generales* (com o CiU sempre em segundo), e nas autonômicas era sempre o CiU o mais votado (entre 1980-2010), enquanto a coligação PSC-PSOE (depois PSC-CpC[171]) ficavam em segundo. Ou seja, historicamente nas *autonômicas* predominou a confederação de centro direita nacionalista (CiU), enquanto que nas *generales*, predominaria a esquerda nacional sensível a causa catalã (PSC/PSOE). As pessoas mudariam os votos buscando aqueles partidos que achariam que atendem melhor podiam seus interesses, ou que teriam melhor condições de buscá-los em diferentes âmbitos (MEDERO, 2011). Historicamente, também, a abstenção média nas eleições *autonômicas* (e municipais) seria maior (mais ou menos 40%) do que nas *generales* (mais ou menos 30%). Segundo Medero (2011), isso aconteceu possivelmente porque os imigrantes (que cresceram cada vez mais na região) se interessavam menos pelas eleições autonômicas e mais pelas nacionais; ou mesmo pela própria mobilização menor do partido de esquerda PSC, para as autonômicas. Entre todas as eleições, as médias mais baixas de participações seriam nas eleições europeias (50%). Ao longo dos anos, em todos os âmbitos eleitorais decaiu a participação, embora nas eleições locais e autonômicas tenham decaído menos o número de participantes. Possivelmente isso pode revelar um descrédito crescente com a esfera pública, e crescente aumento das *identidades atomização.*

Segundo Teruel & Barrio (2014), a inflexão ao *independentismo* também foi potenciada a partir de uma competição mais franca entre os partidos na disputa das eleições da *Comunidade Autônoma*, fomentada também por mudanças no sistema partidária, a partir de 1999 (quando a *CiU* perdeu a hegemonia, e houve fragmentação). Nesse momento o tema do *Estatuto da Autonomía* e a clivagem *centro-periferia* se tornaram espaços potenciais para ganho de capital político.

O *independentismo* começaria a ganhar força a partir dos inícios de XXI por vários motivos, mas certamente foram fundamentais: o recorte do *Novo Estatuto* da *Catalunha* pelo *Tribunal Espanhol* (2010); a manutenção de um pacto fiscal desfavorável a *Catalunha*, diferente do que ocorreu na relação *Espanha-País Basco* (desde 1978); a crise de 2008, a forma como o governo espanhol reagiu àquela crise e a desconsideração do princípio de "vontade de decidir" de Madri em relação aos catalães em geral (referendo), que iria além de uma ideia nacionalista, mas implicou em sentimentos de baixa representação e pouco exercício da democracia (MONTSERRAT, 2014).

Outros eventos históricos (entre 1980-2010) também merecem menção, porque impactaram de alguma forma no *catalanismo*. Após 1983 a língua catalã seria reforçada nas instituições

[171]Ciutadans Pel Canvi.

educacionais, tal como em outras instituições públicas que passaram a competência da *Generalitat*. Somado a isso, mídias públicas (como a TV3) ou privadas passariam a adotar cada vez mais o catalão em suas transmissões e publicações (CHAGAS, 2014). Paralelamente, ainda, houve o crescimento de celebrações, símbolos e espaços de memória catalães (museus, teatros e seleções esportivas, por exemplo). Neste caso, agiram no sentido de fortalecer do *catalanismo*, após o *franquismo*, pois retomaram diversos elementos da cultura catalã que foram proibidos durante a ditadura.

Configuração esportiva e a transformação da sua estrutura

No cenário do pós-franquismo os clubes de futebol na Espanha voltaram a ter eleições para presidentes e houve a transformação dos órgãos no futebol. Desde os inícios do franquismo o desporto era visto como prática que devia ser associada à ideologia do regime, e por isso já no começo do período ditatorial fora criado pelo governo a chamada *Delegación Nacional de Deportes* (*DND*)[172] controlado pelo partido do regime: *Falange Española Tradicional* (*FET*). Naquele contexto, os clubes e federações perderam seu caráter privativo, autonomia e *ethos* democrático, sofrendo transformações nas suas formas burocráticas de funcionamento. A *DND* nomeava os diretores das federações, que nomeavam os delegados regionais, que por sua vez ratificavam os diretores dos clubes. Esse sistema daria uma leve afrouxada em 1950, com a eleição por delegados. Mas de todo modo, os clubes continuavam submetidos ao governo, e se assim não se ajustassem, não poderiam persistir como entidades desportivas (LLOPIS, 2015).

Com a transição para a democracia, a partir de 1975, a estrutura e intervenção franquista de gestão dos clubes se modificou, diluindo-se a *Falange Española* e a *DND.* Esse processo repercutiria também em *La Real Federación Española de Fútbol* (RFEF) existente desde 1913, mas com a estrutura burocrática alinhada ao regime a partir de 1939, a qual (com a transição à democracia) proporia eleições democráticas: "In 1977, rules were established for the future election of the president and executive committee in the statutes of the Spanish Royal Footbal Federation" (SHAW, 1987 Apud LLOPIS, 2015: 90-91)[173]. Em substituição ao *DND* surgiria o *CSD* (Consejo Superior de

[172]Chamada, a partir de 1956, Delegación Nacional de Educación Física y Deportes (DNEFD).

[173]"Em 1977, foram estabelecidas regras para a futura eleição do presidente e do comitê executivo nos estatutos da *Real Federação Espanhola de Futebol*.". CAMPOS e GABRIELLI (2015), reportando a estrutura democrática da RFEF em 2015: "O Presidente da Federação é eleito por uma Assembleia Geral, composta pelo próprio Presidente, pelos Presidentes das Federações Autonômicas de Futebol e por outros 160 representantes eleitos de clubes, jogadores federados, árbitros e treinadores. A Assembleia também aprova o orçamento da RFEF, o calendário do futebol espanhol (e as competições que o compõe) e os estatutos da Federação. A gestão cotidiana da entidade cabe ao Presidente e a uma diretoria por ele nomeada.".

Deporte)[174], que passaria a ser o organismo estatal máximo do desporto, autônomo e dependente do *Ministério de Cultura*[175](e não mais da *Secretaría General del Movimiento*, como era na época franquista), a partir de 1975, sob uma estrutura descentralizada e depois em consonância com a constituição democrática de 1978, e a autonomia das *Comunidades Autônomas* (BIELSA; VIZUETE; HÈAS; ROBÈNEC, 2005). A partir desse momento qualquer sócio, homem ou mulher, poderia votar nos clubes, desde que sócios por mais de 3 anos[176], mas isso pareceu depender também das especificidades de cada clube. Surgiria, ainda, uma associação de jogadores para defender seus interesses, a *AFE* (Asociación de Futbolistas Españoles) em 1977, convocando greves e reivindicando o fim do "derecho a la retención"[177], numa época em que o próprio movimento sindical ainda era frágil na Espanha. Contudo, ainda persistiriam críticas de alguns setores na imprensa sobre o novo sistema representativo nos clubes e no futebol, (LLOPIS, 2015). Em síntese, para Soto:

> La creación de un régimen político democrático tuvo un impacto directo en el fútbol español. En el periodo de 1975 a 1982, las estructuras deportivas franquistas se desmantelaron y se crearon nuevas instituciones descentralizadas y más democráticas. La Real Federación Española de Fútbol y los clubes profesionales también pasaron por una serie de cambios, que incluyeron el abandono de estructuras autoritarias y la adopción de algunas prácticas democratizadoras (SOTO, 2014:74)[178].

Seria na esteira dessas mudanças, de ordem política, econômica, e influenciada pela *globalização* e mercantilização do desporto, que em 1984 formar-se-ia a *Liga de Futebol Profissional*, *LFP*, ente independente da Federação espanhola (*RFEF*), e que passou então a organizar os campeonatos de primeira e segunda divisão no país[179]. O gerenciamento dos torneios de primeira e

---

[174]Segundo Soto (2014), o DND (ou DNEFD) mudou seu nome, primeiramente para Direccion General de Deportes (DGD) e depois para Consejo Superior de Deportes (CSD), ficando sob a direção do ministério da cultura, e com um novo compromisso político, pautado na promoção das liberdades individuais e livre de interferências do Estado e de clubes. Ao CSD competiria autorizar a criação de federações, reconhecer formalmente a existência de uma modalidade esportiva, a realização de eventos esportivos, coordenação de programas antidopagem. Também supervisionar o Tribunal Administrativo do Esporte, coordenar (e financiar) com as Comunidades Autônomas a construção de instalações esportivas públicas e a programação esportiva escolar e universitária, administrar os programas ADO (Asociación Deportes Olímpicos) e ADOP (Apoyo al Deporte Objetivo Paralímpico) de formação de atletas de alto rendimento e conceder subvenções a federações esportivas nacionais e comunitárias (CAMPOS & GABRIELLI, 2015).

[175]Posteriormente Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, e atualmente Ministerio de Educación y Ciencia.

[176]Ao que parece isso dependia também do estatuto dos clubes, considerando que o *FC Barcelona* em 1978 já realizava eleições diretas entre seus sócios, diferentes do *RCD Espanyol*, que só faria em 1989, em um contexto de crise institucional.

[177]Cláusula que permitia os clubes ficarem com os jogadores o tempo que quisessem, independente da vontade deles.

[178]"A criação de um regime político democrático teve um impacto direto no futebol espanhol. No período de 1975 a 1982, as estruturas esportivas franquistas foram desmanteladas e novas instituições descentralizadas e mais democráticas foram criadas. A *Real Federação Espanhola de Futebol* e os clubes profissionais também passaram por uma série de mudanças, que incluíram o abandono de estruturas autoritárias e a adoção de algumas práticas democratizantes.".

[179]Enquanto isso, a RFEF continuaria gerindo as seleções nacionais espanholas, organizando a Copa del Rey, a Supercopa da España , os campeonatos nacionais de terceira (chamado de "Segunda B", existente desde 1977) e quarta divisão ("Terceira" existente desde 1929) - as demais divisões seriam regionais, e geridas pelas Federações das Comunidades Autônomas. Ainda, à cargo da RFEF, também seria a organização ou coordenação da organização pelas Federações das Autonomias, de campeonatos de divisões de base.

segunda divisão pela *Liga de Fútbol Profesional*, em coordenação com a *RFEF*, seria normatizado pela *Ley de Deporte* de 1990.

Além disso, a *Liga* também passaria a ser responsável por julgar e aplicar disciplina esportiva nas competições por ela organizadas, representar os clubes em foros internacionais de direito esportivo, manter um comitê para estimar valores de direitos federativos de jogadores profissionais e, principalmente, participar da supervisão econômica de seus clubes afiliados (em conjunto com agências governamentais). Ainda, progressivamente passaria a divulgar a competição e o futebol espanhol internacionalmente, promovendo amistosos e excursões dos clubes no exterior, e mantendo escritórios no estrangeiro para captação de patrocínios seja para a instituição ou seus clubes. As fontes de receita da entidade seriam principalmente aquelas advindas de patrocinadores (como espaços publicitários em estádios), porcentagem sobre a assinatura de contratos televisivos dos clubes e recursos advindos da "Quinela", uma loteria esportiva promovida pela empresa pública "Loterias do Estado" (CAMPOS & GABRIELLI, 2015). É importante destacar que a *LFP* passaria também a gerenciar a venda de direitos de televisionamento a partir da sua criação, ainda que na Espanha se desenvolvesse durante ao longo dos anos, a venda dos direitos de transmissão de forma individualizada entre clubes e TVs.

Entre 1980 e 2010, dois torneios podem ser considerados protagonistas na configuração esportiva da Espanha, em relação aos clubes de elite. Os mais importantes são o campeonato nacional de 1ª divisão, conhecido como *La Liga* (ou *Liga das Estrellas*), que se constituiu como condicionante para disputa da UEFA *Champions League* (até 1991-1992, Copa da Europa) e a *Copa del Rey*. Além destes torneios, pode ser citado também a *Supercopa da España*, um torneio anual disputado desde 1982, em que em uma partida se enfrentam os campeões da *Liga* e da *Copa del Rey,* finda temporada[180]. Entre as temporadas 1982-1983 e 1985-1986, ainda, foram disputadas partidas por um torneio conhecido como *Copa de la Liga* (criado para gerar mais receitas), que reunia clubes da primeira divisão e alguns da segunda e terceira divisões da Espanha, mas o torneio teria acabado devido a falta de apelo econômico.

As referidas *La Liga* e a *Copa del Rey* foram disputadas em temporadas de um ano, iniciadas no segundo semestre do ano, e terminadas no primeiro semestre do ano seguinte. *La Liga* existe desde 1928, enquanto a *Copa del Rey* desde 1903.

No caso da *Copa del Rey* (oficialmente denominada *Campeonato de España-Copa de Su Majestad el Rey*, desde 1976) este é o primeiro torneio de caráter nacional na Espanha. Descende de

[180]Até 1994 se os campeões da Copa del Rey e da Liga fossem os mesmos, o torneio não acontecia. Após este ano, se isso acontecesse, o vice-campeão da Copa del Rey enfrentaria o vencedor da Liga.

um torneio de futebol de caráter nacional disputado em Madrid chamado "Copa de Coronácion", apenas no ano de 1902, para homenagear a maioridade de Alfonso XIII de Bórbon, futuro rei da Espanha. Nos inícios o torneio tinha muitos poucos clubes (3 ou 4), mas ao longo dos anos cresceu em número de participantes. Sofreu uma parada de dois anos durante a guerra civil na Espanha (1937 e 1938) e teve diferentes nomes, como *Copa del Generalíssimo* (oficialmente era *Campeonato de España-Copa de Su Excelencia el Generalísimo*) durante o governo franquista (1940-1976). Entre 1961 e 1998, o campeão do referido torneio disputava a chamada *Recopa da Europa* com outros campeões de torneios de copa de países componentes da UEFA e desde a temporada 1988-1989 o vencedor passou a dispor do direito de participar da *Copa UEFA.* Desde a temporada 1990-1991 as equipes filiais não poderiam mais disputar a competição. O formato de disputa, entre os anos 1980 e 2010, reunia 84 equipes da primeira, segunda, segunda B e terceira divisão da *Liga*, em partidas eliminatórias únicas nas três primeiras fases ("*rondas*"*)*, e a partir daí em partidas de ida e volta. A final era decidida em partida única, em sede escolhida previamente à final. Entre os maiores campeões do torneio, em 2010 o *FC Barcelona* seria o primeiro com 25 títulos conquistados. O Athletic de Bilbao seria o segundo colocado, com 23 títulos (o último título seria conquistado em 1984), e fora ultrapassado pelo *FC Barcelona* em 1998. Em terceiro figuraria o *Real Madri* com 19 títulos. O detalhe é que no período 1980-2010 o maior vencedor do torneio seria também o *FC Barcelona*, com 7 títulos secundarizado por *Real Madri*, *Atlético de Madrid* e Valência (os três com 4 títulos cada). Por outro lado, entre as temporadas 1998-1999 e 2007-2008 nem *FC Barcelona* nem *Real Madri* (ou sequer o *Atlético de Madrid*, que se constitui gradualmente na "terceira força" no país, em termos financeiros) conquistaram o torneio.

Já no que diz respeito a *Liga*[181], a sua primeira edição seria em 1928 (a primeira edição da Segunda divisão seria em 1929) com 10 clubes, e seria disputada já no formato turno e returno. Entre 1980 e 1987 era disputada com 18 equipes, quando passou a ser disputada com 20 clubes na temporada 1987-1988. Na temporada 1986-1987 modificou-se (excepcionalmente) o seu formato, adicionando o sistema de play-offs ao final de turno e returno, jogados a partir de três grupos de seis clubes que definia a classificação final, campeão e rebaixado. A partir da temporada 1995-1996, as vitórias passaram a valer 3 pontos, e nesta edição 22 clubes disputariam o torneio porque Celta de Vigo e Sevilha FC tinham inicialmente sido rebaixados à segunda divisão, por não cumprirem requisitos previstos na *Ley de Deporte* de 1990 de apresentação de avais financeiros. Mas houve manifestações populares fortes nas cidades sede dos clubes, e estes ameaçaram recorrer à justiça

[181]A partir da temporada 2008-2009, a primeira e segunda divisões do futebol espanhol passaram a ser chamados Liga das Estrellas BBVA e Liga Adelante respectivamente, por conta de um banco patrocinador.

comum. Por fim os dois clubes permaneceram na 1ª divisão, juntos com Albacete e Valladolid que foram convidados anteriormente para ocupar o lugar deles. Em 1997-1998 a *Liga* voltaria a ter 20 clubes.

Até 1995-1996 o campeão da *Liga*, tinha o direito de disputar a *Copa da Europa*/ *Champions League* e três ou quatro clubes (de 2000 a 2010, geralmente 3 clubes) subsequentes ao campeão eram credenciados a disputar o torneio. A partir de 1996-1997, o campeão e o vice estavam credenciados a disputar a *UEFA Champions League*, e o número de vagas aumentou até contemplar os quatro primeiros colocados. Isto ocorreu no torneio de 1998-1999 até o torneio de 2009-2010. Essa remodelagem ocorreu paralela à extinção da *Recopa da Europa* em 1999, torneio disputado desde 1960 e que reunia os campeões dos torneios de Copas nacionais do futebol europeu[182]. Ainda sobre a *Liga*, entre 1980 e 2010 geralmente o número de clubes rebaixados foram de 3 ou 2 clubes, em algumas ocasiões acontecendo um torneio extra entre os quatro últimos para definir dois rebaixados.

Entre os maiores vencedores da *Liga*, em 2010 figuravam em primeiro o *Real Madri* como o maior vencedor dispondo de 31 *Ligas*, o *FC Barcelona* tinha 20, o *Atlético de Madrid* 9, o *Athletic de Bilbao* 8, e o *Valencia* CF 6 *Ligas*. Entre 1980-2010 o *Real Madri* e o *FC Barcelona* conquistaram 11 *Ligas* cada. Por seu turno, *Real Sociedad*, *Athletic de Bilbao* e *Valencia CF* conquistaram duas, e *Deportivo La Coruña* e *Atlético de Madrid* uma *Liga*.

Llopis (2009) afirma que dois clubes merecem ser destacados nessa conjuntura em termos de ascensão desportiva: o *Real Deportivo La Coruña* e o *Villareal CF* que eram clubes historicamente de segunda divisão e passaram a figurar na divisão de elite do futebol espanhol de forma consolidada. O *La Coruña* desde a temporada 1990-1991, enquanto o *Villareal* desde 1998-1999. Outra questão que merece destaque é que a hegemonia do *Real Madri* e do *FC Barcelona* na *Liga* também se verificou na *Supercopa da España* (torneio em que se enfrentavam o campeão da *Liga* e da *Copa del Rey* da temporada anterior), neste caso os *blaugranas* (*barcelonistas*) somaram 9 títulos e os *merengues* (*madridistas*) 8, das edições realizadas entre 1982 e 2010, sendo o *Real Deportivo La Coruña* o terceiro colocado com 3 *Supercopas*.

[182]A partir da temporada 1997-1998 até a temporada 2007-2008, a Liga passou a credenciar também com 1 até 3 vagas, clubes que ficavam mais abaixo da tabela para um torneio europeu de 2ª ordem (abaixo da Copa UEFA) chamado Intertoto.

A *reconfiguração* na mídia

> Los medios de comunicación españoles también tuvieron su propia transición a la democracia. Una nueva legislación relajó gradualmente el control del Estado sobre los medios y acabó con la censura. El surgimiento de periódicos y emisoras de radio de titularidad privada ayudaron, por su parte, a promocionar los valores democráticos. Además, las publicaciones deportivas alcanzaron niveles históricos de distribución y ventas y las emisoras de radio y TVE aumentaron el número de horas dedicadas al fútbol. Como resultado de estos crecimientos cuantitativos en prensa, radio y televisión, el impacto de los medios de comunicación deportivos fue mayor en los años de la transición de lo que lo había sido durante el franquismo (SOTO, 2014:75)[183].

Uma reportagem da *Revista Barça,* em agosto de 2006, destacava que, durante a temporada 1973/74, apenas 8 partidas do *FC Barcelona* tinham sido transmitidas pela *RTVE* (televisão estatal espanhola) naquele ano, e basicamente para o território espanhol. Já em 2005, seriam 68 partidas (entre diferentes canais, públicos e privados), as quais apenas 23% do público assistente seria do Estado espanhol (REVISTA BARÇA, 2006). Nessa trajetória, a reconfiguração midiática espanhola impactaria muito no futebol, sofrendo um processo de mudança considerável no período pós-franco. A partir deste momento, não apenas aboliram a censura, como promoveram conteúdos cada vez mais regionais e plurais, com um espírito democrático cada vez mais disseminado, cenário que o futebol ganhou protagonismo, sendo inclusive este período chamado de *deportización de los médios* (SOTO, 2014). Isso ocorreu, seja primeiramente através da estatal *RTVE*, seja num período brevemente posterior, com o surgimento das redes autônomas públicas (canais das Comunidades Autônomas). Algumas leis foram promulgadas por essa época, e evidenciariam essas mudanças.

O "*Estatuto de La Radio y Televisión*", de 1980, foi um marco jurídico e desdobramento da Constituição democrática de 1978. Através dele, promoveu-se o caráter de interesse público das mídias, e seu compromisso com a imparcialidade, e de fomentar a representação das pluralidades sociais e regionais do país (LA VANGUARDIA, 1980)[184] através da própria *RTVE* (*Radio Televisión Española*). É importante destacar que este estatuto previa a criação de canais estatais nas *Comunidades Autônomas* (com programação própria), e a criação desses canais também repercutiria na configuração esportiva, e na expressão das identidades por meio do futebol e das mídias. No que diz respeito a "*Ley de los Terceros Canales*" de 1983, este acontecimento também agiria no sentido de reforçar a criação de canais autonômicos e, portanto, reforçar as identidades regionais. O site do

[183]"Os meios de comunicação espanhóis também tiveram sua própria transição para a democracia. Uma nova legislação gradualmente relaxou o controle estatal sobre a mídia e acabou com a censura. O surgimento de jornais e estações de rádio de propriedade privada ajudou, por outro lado, a promover valores democráticos. Além disso, as publicações esportivas atingiram níveis históricos de distribuição e vendas, e as estações de rádio e TVE aumentaram o número de horas dedicadas ao futebol. Como resultado desses crescimentos quantitativos nos jornais, na rádio e na televisão, o impacto da mídia esportiva foi maior nos anos da transição do que durante o regime de Franco.".
[184]Cf. La Vanguardia, 16/01/1980.

governo espanhol traz um panorama sobre este acontecimento:

> …EITB, Euskal Irratí Televista, la televisión vasca, aprobada previamente por una prerrogativa de su Estatuto de Autonomía y TV 3, la catalana, se había creado meses antes (mayo de 1982 y mayo de 1983, respectivamente). Sea como fuere, a lo largo de la década de los años ochenta fue apareciendo una primera generación de televisiones autonómicas que constituyeron la FORTA**,** Federación de Televisiones Autonómicas: EITB (que comenzó sus emisiones el 31 de diciembre de 1982) TV3 (inauguración en enero de 1984), TVGa, (Televisión de Galicia, julio de 1985), Canal Sur (Andalucía, 1987), Tele Madrid (Madrid, 1989), Canal 9 (Comunidad Valencia, 1989). A lo que en la segunda mitad de los años noventa se han incorporado las televisiones autonómicas de las Islas Canarias (TVC) y de Castilla La Mancha (CMT), y antes los segundos canales de las emisoras de 'primera generación' (ETB 2, Canal 33/K3, Punt 2, Canal 2 Andalucía, La Otra). La FORTA se ha consolidado como una verdadera tercera cadena nacional que comparte entre sus afiliados la compra de programas como los derechos de la liga de fútbol, series internacionales o largometrajes, y que posee una cobertura que abarca casi todo España (MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE, 20-?)[185].

Bonaut (2010), faz uma análise da reconfiguração midiática na Espanha pós 1980, e traz um panorama de como isso provocou transformações na configuração esportiva em termos de finanças. Segundo o pesquisador, as transmissões televisivas do futebol na Espanha iniciaram de forma periódica, a partir de meados da década de 1950 pela estatal *RTVE*, que detinha o monopólio midiático. Essas transmissões logo teriam levantado uma discussão de que provocariam uma queda de público nos estádios, o que naquele contexto representava menos receita para os clubes, uma vez que as transmissões pouco forneciam em termos de dividendos, sendo inclusive realizadas muitas vezes de forma obrigatória, sob justificativas recorrentes do Estado, de "justiça social" e "bem comum" (BONAUT, 2010) em consonância à ideologia dominante na época. A partir de 1962, teria se realizado um acordo entre clubes e *RTVE*, por intermédio da *RFEF* (*Real Federación Española de Fútbol*), consagrando uma partida por semana do campeonato nacional para transmissão aos domingos, após finalizados todos os outros jogos da rodada, e um resumo de lances rodada. Deste momento em diante, então, a *RTVE* passou a negociar a cada ano com a Federação o número de partidas que queria retransmitir e, por outro lado, acertava com os clubes o preço de cada jogo, que variava segundo a equipe (seu *status*) e seus resultados nas últimas temporadas. Nessa época, portanto, já se desenvolvia a peculiaridade, na Espanha, de vender-se em separado o direito dos clubes

[185]"...EITB, Euskal Irrati Televista, a televisão basca, previamente aprovada pela prerrogativa do Estatuto de Autonomia e TV 3, a catalã, tinham sido criadas meses antes (maio de 1982 e maio de 1983, respectivamente). De qualquer forma, ao longo da década dos anos oitenta, foi aparecendo uma primeira geração de canais de *Comunidades Autônomas* que formaram a FORTA, Federação das Televisões Autonômicas: EITB (que começou a transmitir em 31 de dezembro de 1982) TV3 (inauguração em Janeiro de 1984), TVGa, (Televisão de Galícia, julho de 1985), Canal Sul (Andaluzia, 1987), Tele Madrid (Madri, 1989), Canal 9 (Comunidade de Valência, 1989). Já na segunda metade da década de noventa se juntaram as televisões autonômicas das Ilhas Canárias (TVC) e de Castilla de La Mancha (CMT), e antes os segundos canais das emissoras de 'primeira geração' (ETB 2 Canal 33 / K3, Punt 2, Canal 2 Andaluzia, La Otra). A FORTA estabeleceu-se como uma verdadeira terceira cadeia nacional que comparte entre seus afiliados a compra dos programas como os direitos da *Liga de Fútbol*, series internacionais ou longa-metragens, e que possuem uma cobertura que abarca quase toda Espanha.".

com as TVs, e não de forma coletiva. Na temporada de 1977, as partidas eram negociadas em valores entre um e três milhões de pesetas, podendo chegar a 5 milhões no caso de um *Real Madri* x *FC Barcelona* (seria aproximadamente de € 18 mil a € 30 mil). A federação recebia também uma parte do dinheiro que ficava para ela e dividia o restante com os outros clubes (BONAUT, 2010).

Paulatinamente, o futebol passou a desfrutar de uma posição protagonista na inserção da grade televisiva no pós-franquismo, visto que era um programa que atraía uma grande audiência, de forma prolongada durante o ano, e despertava alto interesse de publicidade durante as transmissões. Esses fatores iriam aliar-se ao contexto de transformações na Espanha na década de 1980, entre elas a ascensão das TVs autônomas estatais (como a TV3, TV1, La2 e a C33), e o fim do monopólio da *RTVE*, o que possibilitaria mais competições e disputas mais acirradas pelo direito de transmissão. Um dos efeitos iniciais nesse cenário foi o aumento dos valores pagos aos clubes ao longo da década de 1980[186]. Isso não aconteceria, sem antes, um anterior outro impasse, que na temporada 1979 provocou um posicionamento dos clubes pela não autorização do televisionamento dos jogos daquele ano, por considerarem a oferta da *RTVE* abaixo do aceitável, pelas dívidas que o canal ainda tinha com os clubes, e com a preferência dos clubes de motivar o público presencial nos estádios. Este impasse chegaria a uma resolução em 1981-1982, quando se acordou transmitir as partidas na noite de sábado (e não mais no domingo), limitadas a duas por mês, ao preço de 288 milhões de pesetas pela temporada (aproximadamente € 1,7 milhões). Nas duas temporadas seguintes os valores pagos, foram da seguinte ordem:

Tabela 14 - Direitos de transmissão n Espanha nos inícios de 1980

Rede	**Temporada**	**N° de partidas vendidas**	**Preço total**	**Preço por partida, dos melhores 8 colocados do ano anterior**	**Preço pelo restante das partidas**	**Preço pelo resumo da rodada**
RTVE	1982-1983	18	541 milhões de pesetas (€ 3,2 milhões)	22 milhões de pesetas (€ 130 mil)	18 milhões de pesetas (€ 110 mil)	-
RTVE	1983-1984	18	318 milhões de pesetas (€ 1,9 milhões)	22 milhões de pesetas (€ 130 mil)	18 milhões de pesetas (€ 110 mil)	41 milhões de pesetas (€ 245 mil)
*TVs Basca e Catalã.	1983-1984	-	-	-	-	20 milhões de pesetas (€ 120 mil)

Legenda

[186]Nessa época somente a Inglaterra e a Espanha, ao contrário de França, Alemanha e Itália, transmitiam partidas ao vivo em suas TVs.

*As TVs Basca e Catalã foram consideradas desabilitadas a transmitir as partidas e exibir imagens dos jogos pela *RFEF*, mas chegaram a um acordo financeiro com a *Liga*, e esses canais poderiam exibir resumo de lances da rodada.

Fonte: BONAUT (2010).

Para a temporada de 1984-1985, haveria um novo impasse: os clubes agora exigiam a quantia de 1 bilhão de pesetas (€ 6 milhões) para a venda de partidas ao vivo para a *RTVE*, que não aceitou. As *TVs autonômicas* fecharam em 60 milhões de pesetas (€ 360 mil), o direito de transmitir um resumo e reportagens da rodada. Posteriormente, a *RTVE* chegou a um acordo de pagar 3 milhões de pesetas (€ 18 mil) por programas de resumo da rodada, exibidos ao domingo em um tradicional programa da *RTVE* chamado *Estudio, Estadio*, mas a temporada 1984-1985 acabou sem transmissões de direitos de vendas de partidas ao vivo.

Na temporada 1985-1986, houve a quebra de monopólio das transmissões, e um novo acordo aconteceria entre clubes e *RTVE*, assim descrito por Bonaut:

> La temporada 1985-86 trajo de nuevo el consenso entre televisiones y clubes para la difusión en directo de los partidos de Liga. TVE acordó la retransmisión de ocho a 12 encuentros por los que pagaba una cantidad variable entre 13 y 22 millones [€ 80 mil a € 120 mil] según la categoría del partido. Dividieron los encuentros en tres categorías. La "A" englobaba los disputados por Real Madrid, Barcelona, Athletic de Bilbao y Atlético de Madrid de Madrid (entre ellos) y costaban 22 millones. La "B" incluía los disputados por estos equipos en su propio campo frente al resto de conjuntos y valían 16 millones. En la categoría "C" se englobaba el resto de encuentros con un valor de 13 millones (BONAUT, 2010: 11-12)[187].

Neste mesmo ano, as TVs autonómicas fecharam um contrato não apenas para exibir os resumos do jogos, por 60 milhões de pesetas (€ 360 mil), mas também para transmitir partidas ao vivo (entre 3 a 80 jogos), ao preço de 8 milhões de pesetas (€ 50 mil) cada, embora prevalecesse a preferência da *RTVE* (em relação às *TVs autonômicas*), caso houvesse coincidência na transmissão de partidas. Nos anos seguintes, as *TVs autonômicas* ganhariam mais espaço na retransmissão das partidas. O professor Santacana (2017) destacou que nessa época o presidente do *FC Barcelona*, Josep Lluís Núñez, que conduzia essas negociações, como representante dos clubes, e que esses contratos começaram a representar crescentemente valores destacados para o clube. Não parece ser o caso do *Espanyol* (cujo presidente Antonio Baró Armengol, era também o presidente da *Liga* de Clubes), já que essas negociações eram realizadas individualmente com os clubes, priorizando e pagando-se mais pelas partidas consideradas mais atrativas.

[187]"A temporada de 1985-86 trouxe de volta o consenso entre televisões e clubes para a transmissão ao vivo dos jogos da Liga. A TVE concordou com a retransmissão de oito a 12 partidas para as quais se pagava uma quantia variável entre 13 e 22 milhões (€ 80 mil a € 120 mil) de acordo com a categoria da partida. Dividiu as reuniões em três categorias. A "A" englobou os jogos disputados pelo Real Madrid, Barcelona, Athlético de Bilbao e Atlético de Madri (entre eles) e custou 22 milhões. O "B" incluía aqueles disputados por mesmas essas equipes, mas em seu próprio campo contra o resto das equipes, e eles custariam 16 milhões. Na categoria "C", estavam o resto dos encontros, que foram incluídos com um valor de 13 milhões.".

Para a temporada de 1986-87, os contratos seguiram mais ou menos da mesma forma, mas na temporada 1987-1988, *RTVE* e as *TVs autonômicas* compartilhariam juntas, pela primeira vez, os direitos de transmissão do campeonato, em condições de igualdade. Nessa ocasião elas pagaram juntas 2,8 bilhões de pesetas (€ 16,8 milhões) para transmissão do campeonato inteiro, por duas temporadas, e se alternariam entre as semanas na transmissão dos jogos.

Em 1988, a *Ley de Televisión privada*, buscou regular a concessão de canais de TV a grupos privados, encerrando o monopólio das TVs públicas no Estado espanhol. Essa lei impactou diretamente no futebol, vez que a partir dela novos grupos privados de TVs surgiram como *players* (canais abertos e um fechado) habilitados a negociar a compra de direitos de transmissão dos jogos de futebol na Espanha. Os clubes mais destacados (como o *FC Barcelona* e *Real Madrid*) tiveram, a partir desse momento em diante, uma grande inflexão de termos de receitas advindas das transmissões, que iria ser mais incrementada com a alteração do modelo da *Copa dos Campeões da Europa*, em 1992, e a ascensão das novas tecnologias de transmissão, via satélite e à cabo. No fim dos anos 1980, com a nova lei, ascenderiam canais privados como a *Antena 3, Telecinco* e o *Sogecable-Canal Plus* (ou *Canal +*). Este último, foi o único canal fechado permitido a operar na Espanha naquele momento (transmitia 6 horas em canal aberto também), pertencia ao grupo *Sogecable*, depois chamado de *Prisa* (com sede em Madri), e tinha ligações com o governo socialista de Felipe González, então em vigência. A exclusividade na TV fechada e a qualidade do *Canal Plu*s possibilitou-lhe construir-se como uma força destacada na configuração midiática espanhola (ROBERTO, 2017). De qualquer maneira, a lei de 1988 e o surgimento dos novos canais, acabaram representando um forte acréscimo na receita dos clubes, demarcando uma nova ruptura em termos de volume de receitas advindas dos direitos televisivos. Demarcaria também a saída da *RTVE*, e a exclusividade dos direitos pelas *TVs autonômicas*, sendo que brevemente depois estas associaram-se ao *Canal Plus.*

No ano de 1990 o *Canal Plus*, em conjunto com as *TVs autonômicas* (a partir da *FORTA - Federación de Televisiones Autonómicas*, criada em 1989), fecharam um contrato de transmissão conjunta da *Liga*, para os oito anos seguintes e pelo valor de 54 bilhões de pesetas (€ 325 milhões), sendo que 12 bilhões viriam do *Canal Plus*. Os jogos de sábado seriam transmitidos pelas *TVs autonômicas*, e os de domingo seriam no *Canal Plus,* em TV fechada e com sinal codificado. A *RTVE* novamente ficaria fora, e transmitiria algumas partidas para locais sem cadeia TVs regionais próprias, e resumos das partidas de domingo no seu programa *Estudio, Estadio.*

Em 1996 *La Liga* já era um produto midiático consolidado, altamente atrativo, de grande potencial de consumo e popularidade. Esse cenário também já demonstrava uma acirrada

concorrência desportiva e financeira entre os clubes. Os clubes requeriam mais valores para a negociação dos direitos televisivos, e as cadeias de TV disputavam entre si a assinatura dos contratos. Foi nesse contexto que irrompeu um conflito entre *Antena 3* e o *Canal Plus*. Foi chamado na época como "guerra del fútbol". O primeiro canal oferecia um contrato de 27 bilhões de pesetas (€ 162 milhões) para transmissão das partidas por 5 temporadas, enquanto que o segundo oferecia 31 bilhões (€ 186 milhões) por 7 temporadas. Um outro *player* entraria na disputa, a TV3 catalã, e por fim houve um acordo entre os grupos midiáticos que, somados as *TVs autonômicas*, formaram a *Audiovisual Sport*: esta nova sociedade aglutinaria os direitos de *La Liga* e *Copa del Rey*, assinados de forma individual pelos clubes de primeira e segunda divisão, sendo que esse acordo teve vigência na temporada 1998-99 até 2002-03.

Em 1997 a televisão digital por satélite chega a Espanha. Por essa época, o grupo *Sogecable/Prisa* do *Canal Plus* cria a plataforma *Canal Satélite Digital*, com três opções de canais fechados digitais. Por outro lado, uma associação entre a *Telefônica, RTVE, Antena 3 e Televisa* criam a plataforma *Vía Digital*. Essa divisão seria protagonista da referida "guerra del fútbol". Neste cenário de disputas, o *Canal Satélite Digital* dispunha ainda de um contrato celebrado com a *Audiovisual Sport* em 1996, o qual lhe conferia os direitos de *Pay Per View* (*PPV*), mas a partir de então enfrentaria a concorrência com a *Vía Digital* nas temporadas seguintes pelos direitos do *PPV*. Por fim, houve um acordo entra as duas plataformas até a temporada 2008-09, embora ocorresse antes disso uma incorporação da *Vía digital* pelo *Canal Satélite Digital*, em 2003, formando então a plataforma *Digital +*.

Ainda no ano de 1997, o governo espanhol aprovaria uma lei denominada "Ley Reguladora de Emisiones y Retransmisiones Deportivas" conhecida como "Ley del Fútbol", destinada a regular as transmissões esportivas e preocupado com um possível monopólio da sociedade *Audiovisual Sport* sobre os direitos televisivos. Assim, decidiu por intermédio dessa lei criar também uma comissão permanente que decidiria aqueles acontecimentos que deveriam ser considerados e "interesse geral", e (portanto) deveriam ser transmitidos em aberto. Outro acontecimento importante, foi a implantação em 1999, pelo governo espanhol, da TV digital terrestre na Espanha (TDT)[188], e na esteira desse processo o surgimento de vários canais autonômicos públicos e privados, ao longo da primeira década do XXI, inclusive em muitas regiões em que ainda não existiam.

No ano de 2003, ocorreria a assinatura de um novo contrato entre clubes e TVs, e dessa vez o embate quase provocou a suspensão da *Liga* daquele ano. Trinta clubes da primeira e segunda divisão assinaram (na ocasião) um contrato com a *Audiovisual Sport* por três temporadas em € 264

[188]O apagão analógico aconteceria em 2010.

milhões. Os outros clubes já haviam assinado antes contratos individualmente, destacando-se os do *Real Madri*, que era de 35 bilhões de pesetas (€ 210 milhões) mais retribuições por partida, por cinco temporadas, e *FC Barcelona*, um contrato de 60 bilhões (€ 360 milhões), por cinco anos, ambos os contratos firmados ainda em 1999.

Em 2006 um outro novo *player* surgiria na disputa de direitos de transmissão esportivos: o canal *La sexta*, cuja maior acionista era a empresa *Mediapro* catalã. Este canal havia ganho uma licença do governo espanhol para transmitir em canal aberto no formato analógico e digital (lembrando que a TV digital foi implementada na Espanha em 1999). *La Sexta* adentraria à sociedade *Audiovisual Sport* pelos três anos seguintes, depois de ter obtido a transmissão por sete anos dos jogos do Barcelona, por € 1 bilhão. Também obteve os direitos de transmissão em aberto das partidas de sábado, que eram monopolizados, fazia 20 anos, pelas *TVs autonômicas*. Entretanto, já na sequência *Mediapro* e *Sogecable* (então maior acionista da *Audiovisual Sport*), entrariam em conflito por ocasião de transmissão simultânea das partidas, recorrendo a tribunais e mesmo impedindo a transmissão de jogos, uma da outra, de acordo com contrato que tinham assinado com diferentes clubes. Nos inícios de 2009, *Sogecable* e *Mediapro* chegariam a um certo acordo, e nesse ano o governo espanhol aprovou o um decreto autorizando a televisão digital terrestre, o que beneficiou a *Mediapro* em explorar os seus direitos televisivos. Por outro lado, em 2010 o governo também aprovou a "Ley General de la Comunicación Audiovisual", que passou a regular o tempo e a forma que se podia gerir os direitos televisivos, antes vendidos de forma meio indefinida, além de estabelecer, um período máximo de quatro anos como limite para os contratos, com o reforço da possibilidade de exibição aberta de partidas, quando de "interesse geral". Mais ou menos nesta época, Fort (2012) afirmaria que apenas 11 partidas da *Liga* seriam transmitidas em aberto (geralmente no sábado à noite), sendo o resto vendida nas TVs fechadas.

Uma característica muito peculiar da negociação dos direitos televisivos na Espanha, que se desenvolve ao longo do tempo, é a já referida negociação individual dos clubes com as TVs pela transmissão de partidas. Conforme demonstrado, isso se estabelece ainda em 1970, quando apenas a rede estatal *RTVE* existia, e pagava valores irrisórios se comparados com tempos posteriores. Por esse modelo, os clubes vendem seus direitos televisivos a quem entender, prevalecendo, pela lei espanhola, o direito de transmissão daquele clube que joga "em casa". Esse modelo não seria o mesmo que aconteceria, por exemplo, na Inglaterra, Alemanha, França e mesmo Itália, que a partir de 2011 também passaria negociar os direitos televisivos de forma coletiva. Somente em 2015, surgiria uma lei para promover a negociação coletiva dos direitos televisivos na Espanha. É importante destacar esta característica porque é recorrente a afirmação de que essa disparidade na Espanha teria

beneficiado os clubes *Real Madri* e *FC Barcelona*, em detrimento dos outros clubes no país (ao longo dos anos), além de possibilitar o protagonismo deles no cenário internacional, seja desportivamente, financeiramente e em termos de crescimento de marca, no processo de *globalização* do deporto. Sobre essa questão, afirma Llopis:

> But the economic dimension reached by *Real Madri* and *FC Barcelona* is not only the result of adopting the organizational structure model pioneered by *Manchester United* in the 1990s. It is also a reflection of the structure of Spanish professional football itself and some of its unique characteristics. Perhaps the most evident of these is the fact that the Spanish League is the only one of the five most important in Europe (England, France, Germany, Italy and Spain) that has a system of individual sale of television rights for League and Cup games, allowing each club to negotiate the sale of its audio-visual rights with producers or television channels/networks (LLOPIS, 2015: 96)[189].

Essa também é a perspectiva o economista José Maria Gay Liébana (2016), segundo o qual a *Liga das Estrelas* teria crescido bastante em termos econômicos, a partir de 1980, mas com um problema estrutural: a falta de competitividade entre os clubes, porque a competição teria sido duopolizada por *FC Barcelona* e *Real Madri* em termos financeiros (em 2014, por exemplo, os dois clubes juntos detinham cerca de 40% das receitas de TVs do torneio, e mais de 50% das receitas brutas) e por consequência, desportivos. Nessa direção, se tornaria comum na Espanha a ideia de que se instituiria duas *Ligas*: uma disputada entre o *FC Barcelona* e o *Real Madrid*, e a outra disputada pelos clubes restantes da primeira divisão (ARCOS, 2011).Além desse cenário do campo televisivo, vale destacar ainda que o campo do periodismo esportivo (que está entrelaçado também com os grupos televisivos, do rádio e com este contexto de disputas) é muito forte no Estado espanhol, historicamente. Neste campo, dois dos mais importantes grupos de mídia seriam: o *Grupo Prisa* (proveniente de Madri) e *Godó* (proveniente de Barcelona). O grupo *Godó* seria o primeiro consórcio de comunicação na Catalunha formado desde o fim do franquismo, reunindo *La Vanguardia*, *El Mundo Deportivo*, a *Revista Barça* além da *TV3* e *Catalunya Radio* (mídias da Catalunha de forte impacto na região, e além dela). Por outro lado, o *Grupo Prisa* reuniria ao longo dos anos: *El País*, *Cadena Ser*, *Canal Plus* e *As*, no *Grupo Zeta* (*El Periódico* e *Sport*), mídias também fortes no plano nacional. Segundo Arcos, em 2011:

> El Grupo PRISA, con sede en Madrid, está presente en 22 países y llega a más de 50 millones de usuarios a través de marcas globales como El País, 40 Principales, Santillana o Alfaguara. Está configurado en cuatro grandes áreas de negocio: Edición-Educación-Formación, Prensa, Radio y Audiovisual, a la que se une una unidad Digital que opera a nivel transversal (...) El Grupo Godó, con sede en Barcelona, está presente en toda Cataluña en todos los soportes de

[189]"Mas a dimensão econômica alcançada pelo *Real Madri* e FC Barcelona não é apenas o resultado da adoção do modelo de estrutura organizacional pioneiro adotado pelo Manchester United, nos anos 90. É também um reflexo da estrutura do futebol profissional espanhol em si e de algumas das suas características únicas. Talvez o mais evidente deles seja o fato de que a Liga Espanhola é a única das cinco mais importantes da Europa (Inglaterra, França, Alemanha, Itália e Espanha) que possui um sistema de venda individual de direitos televisivos para jogos da Liga e da Copa, permitindo que cada clube negocie a venda de seus direitos audiovisuais com produtores ou canais/redes de televisão.".

> comunicación relevantes. Sus orígenes se remontan a 1881 con la creación del diario La Vanguardia, aunque la familia Godó reorganizó la compañía como un holding multimedia en 1998 (ARCOS, 2011:231)[190].

A *reconfiguração* normativa: a *Ley de deporte* de 1990, SADs, e outras leis

Segundo Llopis (2015), ainda na década de 1970 já havia discussões na Espanha que destacavam que a má gestão dos clubes tinha levado o futebol no país a uma situação de bancarrota. A situação teria se agravado também porque para 1982 vários clubes tinham se endividado (sobretudo com bancos públicos) para construir ou remodelar seus estádios para a Copa do Mundo realizada na Espanha. De forma geral, em meados da década de 80, a maioria dos clubes no país (1ª e 2ª divisão) estava muito endividada, e precisavam de financiamentos, mas a sua condição de insolvência impedia conseguirem. Calculava-se, em 1984, que os clubes deviam cerca de € 96 milhões de euros, chegando a cerca de € 156 milhões em 1989. É em meio a esse contexto que ganham cada vez mais força defesas para a instituição do modelo corporativo na gestão do futebol. Em 1985, haveria uma primeira tentativa promovida pelo governo para tentar sanear a situação dos clubes através do chamado *Plan de Saneamiento*, que basicamente consistia em garantir mais subsídios aos clubes de recursos advindos de apostas no jogo (2,5%). Entretanto, a medida não surtiu o efeito desejado, pois não havia nenhum dispositivo de controle, punição e garantia da responsabilidade financeira dos clubes e de seus dirigentes que impedisse que continuassem deficitários. Paralelamente, houve surgimento de novos jogos de azar e declínio das receitas dos clubes (LLOPIS, 2015).

Diante desse cenário o governo desenvolve então uma segunda tentativa para tratar da questão de insolvência do futebol espanhol. Dessa vez, a lei viria com dispositivos não só de cobrança dos clubes, como de imposição de transformação da sua natureza jurídica:

> The 1990 Sport law (Law 10/1990 of 15 October) set up a second restructuring plan for professional football which stipulated that a higher percentage of the income from the pools would be ceded to the football clubs. More importantly, it created a new legal framework in which the fan clubs were separated from the professional clubs (in the first and second division of Spanish football and the ACB Basketball League). The clubs became *Sociedade Anónimas Deportivas* (SAD, Public Limited Sports Companies) a new legal structure that was accompanied by a series of conditions and controls and that signified the gradual transformation of the gold clubs into business organizations (BERTOMEU, 1993;

[190]"O Grupo PRISA, com sede em Madri, está presente em 22 países e chega a mais de 50 milhões de usuários, em várias redes globais como El País, 40 Principales, Santillana o Alfaguara. Está configurado em quatro grandes áreas de negócio: Edição-Educação-Formação, Imprensa, Rádio e Audiovisual, na qual se une uma unidade digital que opera a nível transversal (...) O Grupo Godó, com sede em Barcelona, está presente em toda a Catalunha, em todas os suportes de comunicação relevantes. Suas orígens remontan a 1881 com a criação do diario La Vanguardia, ainda que a familia Godó tenha reorganizado a companhia como un holding multimídia em 1998.".

PALOMAR, 1999; GARCÍA et al., 2011 apud LLOPIS, 2015: 93)[191].

Ou seja, neste momento os clubes profissionais da primeira e segunda divisão foram obrigados a transformarem seu *status* jurídico para *SADs* (Sociedade Anónimas Deportivas), e isso implicou que ficavam sujeitos a um outro regime de regulação jurídica, mais rigoroso. Vicente Màsia (memorialista do futebol espanhol), traz uma definição sintética e objetiva do que seria uma *SAD*:

> Pero, ¿qué era convertirse en SAD y qué cambios comportaba? Lo primero que le viene a uno a la mente es una inevitable comparación con una sociedad anónima al uso, algo conocido por todos y que se suele aplicar a las empresas. Sí, ¿y una SAD? Una SAD es una variante de SA que comparte la mayor parte de sus características, es decir, es una sociedad de responsabilidad limitada, de carácter mercantil, cuyos titulares lo son en virtud de una participación en el capital social a través de títulos o acciones y quienes no responden con su patrimonio personal, sino únicamente con el capital aportado. Además de estas coincidencias con las SA tradicionales, la SAD contiene otra particularidad que la hace diferente como es el obligatorio cumplimiento y sometimiento por parte de aquellas sociedades deportivas profesionales. En cuanto a los cambios eran evidentes y la figura consagrada del socio desaparecía, teniendo este la oportunidad de transformarse en accionista o en su defecto en abonado, un escalafón notablemente inferior (MÁSIA, 2011)[192].

Por sua vez, Campos & Gabrielli destacam como operavam as principais particularidades no regime *SAD*:

> [entre elas] estão a proibição de que uma SAD controle outra SAD, a necessidade de autorização do CSD [Consejo Superior de Deporte] para que uma pessoa física ou jurídica passe a ter participação significativa no capital social de uma SAD, a vedação a que uma pessoa física ou jurídica, que detenha participação igual ou superior a 25% no capital de uma SAD, detenha 5% ou mais das ações de outra SAD. Essas proibições não impedem que um clube tenha mais de uma equipe disputando competições oficiais de futebol – prática bastante disseminada na Espanha; os grandes clubes costumam manter equipes "B", "C" ou até mesmo "D" onde atuam jogadores jovens formados por suas divisões de base. Há, apenas, impedimento de que duas equipes de um mesmo clube joguem em uma mesma divisão. Quando uma equipe é rebaixada, (a "A" por exemplo), também cai para uma divisão abaixo a(s) outra(s) equipe(s) do clube. (CAMPOS & GABRIELLI, 2015:149-150).

Ainda no período da sua promulgação, houve uma alteração na lei que permitiu que os clubes

---

[191]"A "Ley do Deporte" de 1990 (Lei 10/1990 de 15 de Outubro) estabeleceu um segundo plano de reestruturação do futebol profissional, que estipulava que uma percentagem mais elevada dos rendimentos da loteria seria cedida aos clubes de futebol. Mais importante, criou um novo marco legal no qual os torcedores foram separados dos clubes profissionais (na primeira e segunda divisão do futebol espanhol e na Liga de Basquete, a ACB). Os clubes se transformaram em Sociedades Anônimas Desportivas (SAD, Companhias Públicas Limitadas de Esportes), uma nova estrutura legal que foi acompanhada por uma série de condições e controles e que significou a transformação gradual dos clubes principais em organizações empresariais.".

[192]"Mas o que seria tornar-se SAD e que mudanças isso implicava? A primeira coisa que vem à mente é uma comparação inevitável com uma empresa sociedade anônima comum, algo conhecido por todos e que geralmente é aplicado às empresas. Sim e uma SAD? A SAD é uma variante da SA, que compartilha a maioria de suas características, ou seja, é uma sociedade de responsabilidade limitada, mercantil, cujos proprietários são donos a partir de uma participação no capital social através de títulos ou ações, e quem não responde com seu patrimônio pessoal, mas apenas com o capital contribuído. Além dessas coincidências com as SAs tradicionais, a SAD contém outra particularidade que a torna diferente, assim como o cumprimento obrigatório e a submissão por parte dessas sociedades esportivas profissionais. Como as mudanças eram evidentes e a figura do sócio tradicional desaparecia, havia para este a oportunidade de se tornar acionista ou um "assinante" do clube, um status significativamente inferior.".

que tivessem apresentado um balanço positivo entre a temporada de 1985-6 até a temporada 1989-90, poderiam manter sua estrutura antiga de organização, caracterizada como uma entidade associativa. Sendo assim, em 1992 todos os clubes espanhóis da 1ª e 2ª divisão se tornaram *SADs*, menos o *FC Barcelona*, *Real Madrid*, *Athletic Bilbao* e *CA Osasuna*, e *Real Sociedad* (que se converteria em uma *SAD* logo depois) que puderam (e preferiram) manter o seu status anterior, mas, de todo modo, teriam que seguir as mesmas regras de controle econômico, embora Campos & Gabrielli destaquem que o controle era um pouco menos rígido para estes últimos clubes:

> Os clubes não transformados em SAD estão obrigados a um menor escrutínio estatal sobre suas contas e gestão. Para minimizar a possibilidade de descalabro financeiro nessas entidades, a Lei 10/89 determina que, no caso de se manter a estrutura jurídica de Clube de Futebol, sua diretoria responde solidariamente por prejuízos eventualmente observados no balanço do clube durante sua gestão, e que, no início de cada ano fiscal, deve depositar, em benefício do próprio clube e da LFP, aval correspondente a 15% do orçamento anual do clube. O Presidente, a diretoria e a Assembleia Geral dos Clubes de Futebol são eleitos pelos sócios do clube (CAMPOS & GABRIELLI, 2015:150).

A lei de 1990 possibilitou a incorporação de investidores ou acionistas no futebol, e sendo assim, ocasionou mudanças no controle dos clubes. Entretanto, houve um certo cuidado de como isso aconteceria. Segundo o memorialista Vicent Masià:

> La Administración no era ajena a los cambios que se iban a producir y para evitar que las acciones fuesen a parar a manos de una o pocas manos, trazó un plan con varias premisas para que todo fuese repartido. Las acciones debían de ser nominativas y con un valor máximo de sesenta euros, el número de acciones debía ser igual al número de socios existentes en el instante de ser emitidas a la venta o bien a un múltiplo entero de estas. Ninguno de los futuros accionistas podía adquirir más del uno por ciento del capital fijado y no habría reparto de beneficios hasta no haberse alcanzado una cantidad igual o superior a la mitad de la media de los dispendios realizados en los tres últimos años. La SAD debía de ser gestionada por un Consejo de Administración constituido por siete miembros, optando a ingresar en este órgano personas sin antecedentes penales, no sancionados por abuso de autoridad o bien que demostrasen buena fe y ningún deseo de vulnerar la normativa deportiva. Los miembros del Consejo además estaban obligados a reunir de forma mancomunada una fianza mediante aval, hipoteca o cualquier garantía suficiente a la que recurrir en caso extremo, formalizándose esta ante la LFP y a favor de aquellas personas o entidades que pudiesen ejercer tal responsabilidad. Cualquier cambio en el presupuesto anual debía de contar con la aprobación de los accionistas y los préstamos realizados por estos a favor de la SAD no podían ser reclamados a no ser que hubiesen beneficios en la fecha de vencimiento del último ejercicio. Con esta medida se pretendía que gran parte de las acciones cayesen bajo poder de un solo individuo o empresa, siendo custodio de todo este proceso la Comisión Mixta, quien se reservaba el derecho de intervenir en caso de apreciar graves alteraciones (MASIÀ, 2011)[193].

[193]"O governo não era alheio às mudanças que iriam acontecer, e para evitar que as ações fossem parar em uma ou poucas mãos, elaborou um plano com várias premissas para que tudo fosse bem distribuído. As ações deveriam ser nominativas e com um valor máximo de sessenta euros, o número de ações deveria ser igual ao número de sócios no momento em que eram emitidas para a venda, ou bem a um múltiplo inteiro destes. Nenhum dos futuros acionistas poderia adquirir mais de um por cento do capital fixo e não haveria participação nos lucros, até não se ter alcançado um montante igual ou superior a metade da média das despesas realizadas nos últimos três anos.. A SAD deveria ser administrada por um Conselho de Administração composto por sete membros, optando por aderir a este corpo pessoas sem antecedentes

Llopis (2015) afirma que a lei de 1990 também possibilitou a transparência dos clubes e a crescente organização deles com bases mais otimizadas de gerência. Entretanto, como se viu, houve também na grande maioria dos clubes, uma perda do caráter associativo e participativo e de escolha que essas organizações dispunham, algumas desde suas origens. Nesse momento os antigos "sócios dos clubes" (uma tradição antiga e popular na Espanha) foram substituídos por acionistas e "abonados", que ou possuíam ações do clube (houve casos em que antigos sócios compraram parte das ações dos seus clubes) ou passaram a "assinar" para ver os jogos do clube durante um ano, por exemplo.

Segundo Llopis (2015) o modelo trazido pela lei de 1990 se consolidou no futebol espanhol, em meio a um ambiente de grande entrada de dinheiro e interesse de associação de grupos financeiros com o esporte no país, apesar dos erros técnicos na formatação daquela lei. Devido a isso, uma nova lei em 1998 reformaria a lei de 1990, introduzindo medidas mais liberalizantes e promovendo um regime dos clubes mais parecido com as chamadas *Common public limited companies*. Entre outras coisas, essa nova lei também eliminou a restrição da lei de 1990 sobre a limitação de apenas acionistas espanhóis no clube, mesmo porque essa discriminação conflitava com os direitos da Comunidade Europeia, que previa também a livre circulação de capital.

A *Ley de Deporte* de 1990 apresentaria outras faces. Ofertava um saneamento de 172 (cento e setenta e dois) milhões de euros, montante que os clubes espanhóis deviam em conjunto. Promovia, também, a mudança do regime jurídico das Federações Espanholas em cada uma das suas modalidades, o apoio aos esportistas de alto nível, a criação de uma comissão nacional antidopagem, algumas bases de Regime Disciplinar Esportivo e a regulação de titulações desportivas (MASIÀ, 2010).

A Lei de 1990 incorporaria e representaria de forma efetiva, ainda, um instrumento legal de luta contra a violência na Espanha, com uma organização mais desenvolvida e varias formas de punição para os clubes e indivíduos que praticassem distúrbios a partir do futebol. Dessa forma, a lei também representava um reforço ao lado da criação da *Comisión Nacional contra la Violencia en los Espectáculos Deportivos*. Essa comissão contra a violência era fruto de um relatório do Senado Espanhol de 1990, chamado de *Dictamen de la Comisión Especial de Investigación de la violencia*

---

criminais, não punidos por abuso de autoridade ou que demonstrassem boa fé e nenhum desejo de violar as regras desportivas. Os membros do Conselho também passaram a ser obrigados a se reunir em conjunto, oferecendo um montante em dinheiro, um aval, hipoteca ou qualquer garantia suficiente a se recorrer em caso extremo, formalizada esta garantia à LFP e a favor daquelas pessoas ou entidades que pudessem exercer tal responsabilidade. Qualquer alteração no orçamento anual deveria ter a aprovação dos acionistas e os empréstimos feitos por eles em favor da SAD não poderiam ser reivindicados, a menos que houvesse benefícios na data de vencimento do último exercício. Esta medida destinava-se para que grande parte das ações caísse sob o poder de um único indivíduo ou empresa, sendo a custódia deste processo, a Comissão Mista, que se reservaria o direito de intervir em caso de de verificar graves alterações.".

en los espectáculos deportivos, con especial referencia al fútbol[194]. Além da criação dessa comissão, outras medidas estavam sendo tomadas para combater a violência: busca de uma melhor organização de campeonatos, a regulação da venda de ingressos, medidas judiciais e policiais efetivas, e melhor gestão das arenas. A Comissão contra violência nos eventos do esporte foi oficialmente estabelecida por um decreto real em 31 de janeiro de 92, dispondo de ampla gama de sanções e funções. Houve uma modificação da lei em 1993, estabelecendo a figura de um coordenador de segurança, o sistema de ingresso computadorizado para controlar as vendas, estabelecer a responsabilidade dos organizadores e uma integração das forças de segurança do Estado através do UCO (*Unidad de Control Organizado*). Os clubes teriam 5 anos para se adequar as mudanças, e a partir de 5 anos os clubes teriam mais 5 anos para adequar seus estádios em relação aos assentos (LLOPIS, 2015).

Em 2004, por iniciativa do CSD, instituiu-se o chamado *Observatorio de la Violencia, el Racismo y la Intolerancia en el Deporte* (ligada a comissão contra a violência). após uma série de episódios de racismo e xenofobia no futebol profissional da Europa, e em particular na Espanha. Em 2007, aprovou-se na Espanha a chamada *Ley 19/2007,* ou *Ley contra la Violencia, el Racismo, la Xenofobia y la Intolerancia en el Deporte*, razão porque nessa época antiga *Comisión Nacional contra la Violencia en los Espectáculos Deportivos* passaria a denominar-se *Comisión Estatal contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte*, dentro das prerrogativas já traçadas pela *Ley de Deporte* de combate a violência.

No que diz respeito a uma análise sobre a *Ley de Deporte*, afirma-se que ela surgia exprimindo um caráter liberal, mas ao mesmo tempo com a manutenção de uma preocupação parcial do Estado na regulação, organização e fomento do esporte (CAMPOS & GABRIELLI, 2015; SOTO, 2014). Por outro lado, apesar da lei, ela acompanhou a persistência e continuidade do endividamento dos clubes: em 2001 eles deviam em conjunto € 1,5 bilhões, e em 2010 € 4 bilhões (embora houvesse um declínio a partir de 2011, diminuindo-se a dívida para € 3,5 bilhões em 2015) (MARTI; LOPEZ; GONZALEZ, 2016). O memorialista Vicent Másia (2010), destaca que houve uma dificuldade disseminada para adequação dos clubes em 1992, e nessa época inclusive já algumas vítimas como o *Real Murcia C.F.* (rebaixado à segunda divisão) e *CD Málaga* (extinguiu-se e deu origem a outro clube), pois não conseguiram se adequar à lei. Destaca ainda que a década de 1990 acompanharia a reformatação (e maior atratividade) da antiga *Copa da Europa* para *Champions League*, e a

[194]Esse relatório do Senado era fruto da aceitação da Espanha do "European Convention os Spectator Violence and Misbehaviour at Sports Events and in particular at Football matches", documento aprovado no Conselho Europeu em 19/08/1985 (em resposta a tragédia de Heysel) que previa um conjunto de medidas pra combater a violência no esporte. Em 87 o governo espanhol ratificou aquele documento e ao mesmo tempo o Senado criou uma comissão para estudar a situação da violência na Espanha que deu origem ao relatório de 1990.

promulgação da *Lei Bosman,* o que teria provocado uma grande competitividade entre os clubes e uma forte chegada de jogadores estrangeiros à Europa e à Espanha. No âmbito dos clubes espanhóis, isso significaria a continuação gastos desmedidos, como se esquecessem da responsabilidade que tinham incorporado enquanto *SADs*. Alguns desses clubes (geralmente os menores, pois argumenta-se um certa conivência com os desequilíbrios dos maiores), ao longo dos anos, sofreriam os efeitos da lei terminando por liquidados, inativos ou mesmo abandonados, devido as dívidas cada vez mais impagáveis que adquiriam nessa época, como por exemplo: o *Sestao Sport Club SAD*, *Real Burgos C.F. SAD*, C*lub Atlético de Madridde Marbella SAD*, *C.P. Mérida SAD*, *SD Compostela SAD, Granada 74 SAD* (anteriormente conhecido como *C.F. Ciudad de Murcia SAD*), *C.D. Logroñés SAD, Terrassa F.C. SAD, U.E. Miapuesta SAD* (anteriormente conhecido como *U.E. Figueres SAD), C.F. Extremadura SAD ou o Lorca Deportiva C.F. SAD.* Masià, nessa linha, termina por concluir:

> En el año 2010 se estimaba la deuda total del los clubs españoles en cerca de cuatro mil millones de euros, una cantidad casi cuarenta veces superior a la que en 1991 trajo consigo la transformación de los clubs en SAD e inimaginable sin duda para aquellos visionarios que hace veinte años hablaban de una Liga cerrada, de unos clubs cotizando en Bolsa y de unos beneficios netos de muchos millones de euros. Nada más lejos de la realidad. Ninguno de todos, ni los más proclives a ello, ha osado en poner sus acciones en Bolsa y sociedades como el Real Madrid C.F. y el Valencia C.F. SAD adeudan más de quinientos millones, otra como el F.C. Barcelona se aproxima a estas cifras, el Club Atlético de Madrid de Madrid SAD debe trescientos y más rezagados se encuentran Villarreal C.F. SAD, Real C.D. Espanyol de Barcelona SAD y Real C.D. de La Coruña SAD con algo más de ciento cincuenta (MASIÀ, 2010)[195].

[195]"Em 2010, a dívida total dos clubes espanhóis foi estimada em quase quatro bilhões de euros, um valor quase quarenta vezes maior do que em 1991, época que trouxe a transformação de clubes em SAD e inimaginável, sem dúvida, para aqueles visionários que vinte anos atrás, falavam de uma liga fechada, de alguns clubes cotados na Bolsa, de benefícios e lucro líquido de muitos milhões de euros. Nada mais longe da realidade. Nenhum deles, nem os mais animados se atreveram a colocar suas ações em Bolsa. Sociedades como o Real Madrid CF e Valência CF SAD deviam mais de quinhentos milhões, outro como o FC Barcelona está perto destes números, o Club Atlético de Madrid SAD deve trezentos, e outros que devem um pouco menos, são o Villarreal CF SAD, o Real CD Espanyol de Barcelona SAD e o Real CD de La Coruña SAD com algo mais de cento e cinquenta milhões de dívidas.".

5.2 FUTBOL CLUB BARCELONA

História e tradições sócio-identitárias

> Cuando se habla del Barça y la política no se está hablando de un club en favor de un partido político o de una opción electoral, pero es importante tener en cuenta que el crecimiento del fútbol en España en el siglo XX coincide con dos dictaduras (Primo de Rivera y Franco) que ocupan casi 50 años de la vida política. Entiendo que el fútbol es una actividad social que no puede ser neutra; ninguna lo es, al margen de lo que puedan decir sus protagonistas. En España es muy conocida la frase que el dictador Franco decía a algunos de los que le visitaban. "haga como yo, no se meta en política" (SANTACANA, 2018)[196].

O *Football Club Barcelona* nasceu em 1899, em Barcelona, por iniciativa do suíço Hans Gamper (que catalanizou seu nome para Joan Gamper), recém-estabelecido na cidade, em um contexto de onda migratória, crescimento econômico e industrial na Catalunha, e existência ali de algumas colônias estrangeiras, como de suíços, britânicos e alemães (FIGOLS, 2016). Gamper publicou o anúncio em um jornal da cidade, contatou pessoas a fim de formar os primeiros quadros de um clube de futebol, com estrangeiros e alguns catalães. As cores adotadas, já na sua fundação, seriam o azul e o grená, possivelmente por inspiração no *FC Basilea* (onde Gamper jogara futebol, antes na Suiça).

Desde o início, o clube já expressava sua intenção de integrar-se à região, com o primeiro escudo (usado até 1910) sendo inspirado no brasão da cidade de Barcelona. Neste escudo, já apareciam a *Senyera* (bandeira da Catalunha), e a *Creu* de *Sant Jordi* (cruz de São Jorge), no interior de um losango, símbolos com grande carga identitária ligada à Catalunha, os quais desde então se perpetuariam nos escudos seguintes do clube. Somente em um escudo, datado de 1941, quando inclusive um novo estatuto foi imposto ao clube, a *Senyera* no distintivo seria trocada por uma bandeira da Espanha (duas barras vermelhas sobre o amarelo, e não quatro barras), mas logo retornaria (1949), a partir da negociação de um diretivo do clube com o governo.

[196]Entrevista por e-mail com o professor Carles Santacana, em setembro de 2018. “Quando se fala de Barça e política, não se trata de um clube a favor de um partido político ou de uma opção eleitoral, mas é importante ter em conta que o crescimento do futebol na Espanha, no século XX, coincide com duas ditaduras (Primo de Rivera e Franco) que ocupam quase 50 anos de vida política. Eu entendo que o futebol é uma atividade social que não pode ser neutra; nenhuma é, independentemente do que seus protagonistas possam dizer. Na Espanha, é muito conhecida a frase que o ditador Franco dizia a alguns dos que o visitavam ´Faça como eu, não se envolva com política´.”.

Figura 6 - Primeiros escudos (1899-1910), e distintivo imposto pelo franquismo (1941)

Fonte: Site do clube (2018); Revista Barça (2006).

Em 1917-1918 (época em que se popularizava, paralelo a uma forte corrente migratória) o clube declarou seu apoio às demandas autonomistas da Catalunha. Em 1919, participou pela primeira vez dos atos da *díada*[197]. A partir de então, esteve sempre associado ao *catalanismo* político, sofrendo por isso, inclusive perseguições na ditatura de Primo Rivera (1923-1930)[198] e Francisco Franco (1939-1975)[199], momentos em que se consolidou como um símbolo do refúgio da sociedade civil democrática e da cultura catalã (VIÑAS, 2005). A palavra *Barça* (de origem catalã), tem suas aparições na imprensa comprovadas desde a década de 1920, mas provavelmente tinha uso oral antes. Durante o franquismo, permaneceu sendo de uso mais oral, sendo efetivamente "institucionalizada" pelo clube em uma homenagem feita pelo artista Joan Miró, por ocasião da comemoração dos 75 anos da instituição, em 1974 (REVISTA BARÇA, 2006). Já *culer/culé* (termo consagrado para referir-se aos *barcelonistas*, tal como *azulgrana* ou *blaugrana*), teria suas origens nos anos iniciais do clube, quando ainda jogava no campo da "calle Industria" (desde 1909), época em que os torcedores se espremiam sentados em cima dos muros que cercavam o campo, e deixavam o traseiro em evidência para quem passava exteriormente pelo local (REVISTA BARÇA, 2006). No pós-franquismo, as camisas do clube passaram a incorporar com mais frequência detalhes alusivos a *Senyera* (bandeira da Catalunha), tal como a própria tarja de capitão. Além disso, deste período em diante (também) o hino *El Segadors*, passaria a ser tocado com frequência do estádio do clube, e este sempre frequentado pelos círculos da *Generalitat*. Ao longo dos anos, o *FC Barcelona* daria novos significados ao

[197]Festa nacional da Catalunha, comemoração pública ritualizada em homenagens à resistência catalã durante o Cerco de Barcelona (guerra da sucessão na Espanha), esta terminada em 11 de setembro de 1714, o que fez com que a Catalunha perdesse liberdades seculares, predominando as imposições de Castela na região.
[198]Durante esta ditadura a bandeira catalã e o idioma foram proibidos publicamente. Em 1925 o FC Barcelona teve seu campo ("Les Corts") fechado pelo regime durante seis meses, após uma partida amistosa, porque os torcedores blaugranas vaiaram o hino espanhol antes do início da partida (ARCOS, 2011).
[199]Ainda nos inícios da guerra civil (1936) teve seu presidente Josep Sunyol (Esquerra Republicana) fuzilado pelos franquistas.

catalanismo, e se envolveria com mais força a todo seu universo simbólico: como celebrações associando-se à história de *Sant Jordi* ou a *Santa Montserrat*; às comemorações de conquistas na *Plaça de Sant Jaume*, onde fica o Palácio do Governo da *Generalitat*[200]; ou ainda realizando oferenda de flores à Rafael Casanova (considerado um herói da resistência catalã, de 1714), nas *díadas*. Um dos principais intérpretes do *FC Barcelona* (SOLÉ, 2018), Manuel Vázquez Montalban, definiria o clube como o "exército desarmado da Catalunha" (DUCH, 2003). Outro símbolo que merece menção é o mascote do clube, "*L'Avi del Barça*", um personagem criado por um humorista em 1924, e que se consagraria (para os *barcelonistas* catalães) como a representação da *tradição* (repassada de geração em geração), da sapiência, da experiência, do compromisso familiar com o clube (DUCH, 2004)[201]. Em 1923, ainda, o clube constrói um campo já de dimensões massivas, *Les Corts*, para cerca de 25 mil torcedores.

Figura 7 - L'Avi del Barça, Pintura de Joan Miró (1974) e os culers

Fonte: Carreras (1998); Revista Barça (2006).

No plano das rivalidades, inicialmente o grande adversário do clube foi o *Reial Club Deportiu Espanyol* (fundado como *Sociedade Española de Foot-Ball* 1900; depois *Club Deportivo Español*, desde 1909; e, a partir de 1912, *Real Club Deportivo Español*), da cidade de Barcelona, o qual ao longo dos anos passou a representar, para os *barcelonistas*, o símbolo do monarquismo, do

[200]Como na lenda de Sant Jordi, em que o FC Barcelona incorporaria o papel de cavaleiro, e a Catalunha seria a "donzela", sendo Castela/*Real Madri* o terrível dragão a ser derrotado (DUCH, 2005). Nessa mesma linha, a santa "moreninha" de Montserrat, a Mãe de Deus, que teria sua imagem na entrada de *La Masia* (na antiga sede, ao lado do estádio), e uma capela no túnel de acesso ao gramado do Camp Nou. Além disso, toda conquista do FC Barcelona, ritualmente passaria por um agradecimento público à Santa na Basílica em Barcelona, e uma posterior peregrinação ao seu monastério para dedicar o troféu à "moreninha".

[201]Valentí Castanys da revista Xut, seria o criador. "L´avi" seria um senhor que lembraria o estereótipo de um avô e parecido com o Papai Noel, trajando a camiseta do Barcelona. No ano de 1989, o clube inauguraria o *Casal d´Avis* (algo como "casa dos avôs"), uma sede para encontro de barcelonistas mais idosos que promoveria várias atividades sociais para eles (FINESTRES, 2009).

espanholismo autoritário e um reduto do franquismo. Em uma entrevista com o professor Carles Santacana, sobre os inícios desta rivalidade, ele afirmaria:

> ...una etapa que creo decisiva. Ciertamente, es muy lejana, pero marca el paso de la rivalidad sólo deportiva a la rivalidad social y política. En 1918 se produce en Cataluña una campaña por la autonomía, a la que se adhieren partidos catalanistas de derecha e izquierda, y muchas asociaciones culturales, sociales y deportivas. El Barça firmó la adhesión, pero el Español no. El contraste entre una y otra posición fue muy comentado en la prensa y marcó distancias. Poco después, durante la dictadura de Primo de Rivera (1923-1930), el Barça fue clausurado por motivos políticos (junio-diciembre 1925). El resto de clubs catalanes se solidarizaron con el Barça, excepto el Español, que estaba muy cómodo con la dictadura. Estos hechos marcaron mucho la posición en términos políticos de los dos clubs durante la República y en los primeros años de la dictadura de Franco (SANTACANA, 2018)[202].

O *FC Barcelona*, entretanto, teve um crescimento muito mais agudo em termos de massa social, do que o *RCD Espanyol* ao longo dos anos. Era o clube preferido, a partir de 1950, de uma nova (e forte), onda de imigrantes que chegavam na região (sobretudo do sul da Espanha) - calculava-se que a população catalã, na década de 1950 aumentaria em 1,2 milhões de pessoas. Nesse trajetória, em meados do XX, começou a rivalizar com o *Real Madri*, tanto desportivamente como no simbolismo político, nacionalmente: enquanto o *Real Madri* incorporava e consagrava a centralidade castelhana (a partir de uma guinada rumo a hegemonia esportiva na Espanha, com destaque à cinco conquistas consecutivas das Copas da Europa, em meados de 1950), o apoio e a representação do regime, o *FC Barcelona* representaria muito a periferia, a resistência e a opção democrática/plural (pelo menos para a maior parte dos catalães, e simpatizantes do *FC Barcelona* pelo país)[203].

Alguns episódios como uma goleada de 11 a 1 sofrida pelo *FC Barcelona*, em Madri (com

---

[202]Entrevista por e-mail com o professor Carles Santacana, em setembro de 2018. "...uma etapa que acredito ser decisiva. Certamente, é muito distante, mas marca a passagem da rivalidade apenas esportiva à rivalidade social e política. Em 1918, realizou-se uma campanha pela autonomia na Catalunha, à qual aderiram partidos catalanistas de esquerda e direita, e muitas associações culturais, sociais e desportivas. O Barça aderiu, mas o Espanyol não. O contraste entre uma posição e outra foi muito comentada na imprensa e demarcou as distâncias. Pouco depois, durante a ditadura de Primo de Rivera (1923-1930), o Barça foi fechado por razões políticas (junho-dezembro de 1925). O resto dos clubes catalães mostrou sua solidariedade com o Barça, exceto o Espanyol, que estava muito confortável com a ditadura. Esses fatos marcaram muito a posição em termos políticos de ambos os clubes durante a República e nos primeiros anos da ditadura de Franco.".

[203]Segundo Duch (2004), o imaginário dos barcelonistas catalães passaria a projetar no *Real Madri* a face mais extrema do nacionalismo espanhol, aquele que impediria e negaria a possibilidade da Catalunha realizar-se, mesmo após o franquismo. E nessa direção muitos outros símbolos reforçavam essa ligação, como o torcer de Franco pelo clube (e suas aparições públicas na instituição) época em que muitos autores definem como a equipe "embaixadora do regime" e que fornecia orgulho a boa parte dos espanhóis, no plano externo; como a figura de Santiago Bernabéu, um dos maiores ídolos do Real Madri (futebolista e presidente do clube) e que lutou pelos franquistas na guerra civil; as relações de vários dirigentes do clube ligados à direita e extrema-direita espanhola; mesmo após a ditadura, a frequente presença de políticos e dirigentes do governo espanhol, e do próprio rei, no estádio da agremiação (que ao contrário, não iriam ao estádio do Barcelona, por exemplo); a recorrente associação entre símbolos nacionalistas espanhóis e madridistas, seja por torcedores, dirigentes ou jogadores do clube. Essa histórica associação do *Real Madri* com os poderes legais também significaria (e permaneceria) aos barcelonistas catalães desconfiança de tudo aquilo que representaria o Estado espanhol, no plano legal. "...aquests clubs són part integrant de dues constellacions simbòliques percebudes com a antagòniques i a excloents, com a metàfores de la nació catalana i de l'Estat/nació espanyol. Un conflicte sentimental i de poder." (DUCH, 2004: 367). Arcos (2011), afirmaria que a espetacularização, e o impulso mercantilista, faria com que os jornais mais fortes do país de olho em seus públicos (de Barcelona e Madri), fomentassem de forma agressiva essa rivalidade, ainda que eles não questionassem (em seus discursos) o Estado espanhol ou a Autonomia catalã.

a pressão de figuras ligadas ao governo e da polícia), o chamado "Caso Di Stéfano"[204], a construção do *Camp Nou* (secundarizando estádio do Madri), o "caso Guruceta" (quando a torcida culé invadiu o campo, após um suposto "roubo" de um juiz em favor do *Real Madri*, em 1970) se transformaram em outros ícones de memória e identidade dos *culers*[205].

Nessa trajetória de ascensão e modelagens identitárias, menção destacada merece o jogador húngaro Ladislau Kubala. Kubala é considerado o protagonista da ascensão do clube efetivamente na Catalunha e Espanha, em um período muito vitorioso na década de 50 (*Barça de les cinc copes*)[206], que motivaria inclusive a construção do *Camp Nou*[207] (e a saída de *Les Corts*) para abrigar a multidão de aficionados que cresciam num ritmo surpreendente - chegavam a mais de 50 mil sócios em 1960, tendo dobrado desde 1950 (FIGOLS, 2014) - e não cabiam mais em *Les Corts* (depois de um período de declínio demarcado pela guerra civil na Espanha e ascensão do franquismo). Também, por certo ressentimento com o novo campo do *Real Madrid*, recém-construído. Ladislau Kubala ganharia uma estátua na frente do *Camp Nou* em 2009.

O *Camp Nou* foi finalizado em 1957, após o clube ter como campos de jogo fixos, o campo da *Carrer Industria* (1909-1922) e o *Les Corts* (1922-1957), este último situado numa região vizinha onde foi construído o novo campo. A área onde foi construído o *Camp Nou* era uma região de um terreno amplo, nas cercanias de Barcelona, que com o desenvolvimento da cidade se tornaria cada vez mais "próxima" ao centro. Ali também se construiria um ginásio poliesportivo (*Palau Blaugrana*) e de patinação no gelo (ambos em 1971, na gestão de Augustí Montal[208]).

---

[204]Cf. "El Caso Di Stéfano", de Xavier García Luque e Jordi Finestres. Trata-se de um episódio em que o Real Madrid, teria atravessado uma negociação já realizada do FC Barcelona com o jogador argentino, com pressões e ajudas do governo espanhol e que ocasionaria posterior demissão da junta diretiva barcelonista. Di Stéfano é considerado o protagonista da ascensão do Real Madrid dentro da Espanha e mundialmente. Considere-se que até a década de 1950 o *Real Madri* não era o time principal nem em Madrid, e que a partir dali venceria 5 (cinco) Copas de campeões Europa de forma consecutiva e iniciaria sua hegemonia na Espanha, época em que o FC Barcelona viveu uma fase nominada de "travessia do deserto", pelos seus torcedores.

[205]Outro costume que se estabelece, seria (a torcida *barcelonista* presente no estádio) vaiar o hino espanhol nas finais da "Copa do Rei" que o clube disputava, geralmente "abafado" pela *RTVE*, cadeia estatal que transmitia com frequência a decisão, pelo menos até a década de 1990.

[206]Também de dois títulos consecutivos da Liga (1947-1948/1948-1949).

[207]Segundo o professor Carles Santacana a massa social do clube já vinha crescendo antes da ascensão de Kubala (REVISTA BARÇA, 2006).

[208]Segundo Barco (2015), foram 43 milhões de pesetas adquiridos (a fundo perdido) junto a Delegación Nacional de Educación Fisica y Deportes.

Figura 8 - Foto aérea do Camp Nou em 1957

Fonte: site do clube (2018).

Inaugurado com uma capacidade para quase 100 mil pessoas (a intenção inicial era 150 mil), a proposta dos círculos diretivos era construir o maior campo do mundo, ou pelo menos da Europa (ESTADELLA, 1998). O *Camp Nou* ("Campo Novo") se tornaria o nome informal e popular do estádio entre a torcida *barcelonista* por justamente representar a saída para uma nova praça esportiva, e a nomenclatura seria adotada oficialmente pelo clube em inícios do XX após uma consulta junto aos sócios. Também encontrei, entre alguns memorialistas, o uso do termo "catedral" para nominar o estádio. É importante destacar que o *Camp Nou* demarcou uma inflexão na história do *FC Barcelona*, consolidado o clube como um instituição das "massas" e fortalecendo a associação do clube com o *catalanismo*[209] pois as dimensões do estádio consagrariam as partidas de futebol do *FC Barcelona* como um evento público único, que promovia o encontro popular massivo de catalães (e da catalanidade), em que o idioma local podia ser praticado coletivamente, portanto consagrando-se como símbolo de expressão e resistência dos catalães, e pela democracia, durante o franquismo (BARCO, 2015)[210].

No plano desportivo e financeiro, apesar de algumas dificuldades econômicas iniciais, desde os seus inícios, o *FC Barcelona* foi um clube de futebol (poliesportivo ao longo dos anos) destacado

[209]Segundo Ángel Iturriaga Barco, no estádio se disseminou a prática de distribuir panfletos políticos pró catalães. Além disso: "El nuevo estadio *barcelonista* se convirtió en un improvisado lugar para realizar reivindicaciones políticas. El hecho de ser el recinto de Cataluña con mayor capacidad de concentración popular, unido al tradicional vínculo del club con actos reivindicativos, hizo que comenzara la tradición de lanzar octavillas con contenido político. Así, el 25 mayo de 1958, el historiador Josep Termes, por entonces un activista antifranquista, lanzaba propaganda del PSUC, exhortando a los espectadores a una convocatoria de huelga general. 996 Junto a él, otra de las activistas en la época fue la también historiadora Anna Sallés, viuda de Manuel Vázquez Montalbán. El PSUC era prácticamente la única oposición organizada al gobierno franquista y veía en el Camp Nou el lugar ideal para lograr notoriedad. En palabras del propio Termes: 'Mucha gente del PSUC era habitual del Camp Nou. Sabíamos que nuestro mensaje llegaría mejor al público del Camp Nou que al de Sarriá´."(BARCO, 2017: 256-257). Figols (2016), destacaria que o Camp Nou tornar-se ia um singular lugar público onde a língua catalã era conservada e praticada.

[210]Barco (2015) afirma que o clube de fato consagrou-se como um símbolo do catalanismo, em termos de símbolo coletivo, mas isso não significou que alguns presidentes, diretivos, e até jogadores, desenvolvessem relações com o regime.

na Espanha e, na década de 20, já estabelecido como um dos principais no país[211]. Após ascensão do *franquismo* o clube consolidou a posição, ao lado do *Real Madri* (ou talvez secundarizado por este) como o clube mais pujante e competitivo do Estado espanhol. Em termos de massa social, em fins de 1970 o clube já dispunha de hegemonia consolidada na Catalunha refletindo num quadro associativo forte (quase 80 mil sócios) e *penyes*. Também, já tinha aficionados em geral, simpatizantes espalhados pelo Estado espanhol (alguns fora) e algumas *penyes*, o que permite concluir que já tinha consolidada uma posição de "clube nacional" (FINESTRES, 2017). Entre esses torcedores, o conhecimento da simbologia política do clube, de luta contra o centralismo e o autoritarismo, e sua associação com a Catalunha, pareceu ser inescapavelmente conhecida e incorporada (e foi efervescente ao final do franquismo, embora com a opção independentista sendo muito tímida), mas que não necessariamente era partilhado por torcedores do clube fora daquela comunidade da mesma forma e intensidade, e os quais poderiam desenvolver outras formas de *lealdade intensa* com o clube, demarcados muito pela simbologia protagonista do clube em termos mais esportivos.

Em termos organizativos, o *FC Barcelona* tem uma história (e uma memória forte) muito associado a um ideal democrático na sua organização. Há, inclusive, um espaço no museu (2017) que ressalta o clube como um dos poucos (entre os protagonistas mundiais) ainda ser propriedade dos sócios, em um modelo *democrático* (há também a memória de constituir um estilo de jogo *democrático*, desde *La Masia*). Houve um estatuto do clube pós-guerra civil (1940, imposto pelo franquismo[212]) que não permitia mais o voto e a voz do sócio (entre outras modificações dos símbolos e inclusive tendo uma previsão de como dissolver a instituição, se necessário), mas o clube paulatinamente recuperou práticas *democráticas* (apesar da manutenção da vigília das autoridades), como através da restituição do Conselho Consultivo (1946), a Assembleia dos Sócios Compromissários (1948), e a disseminação de *penyes* após a Segunda Guerra Mundial (cujo líder seria Nicolau Casaus, uma figura perseguida pelo *franquismo*), estas últimas a ponto de serem consideradas uma espécie de *espaço público* informal do poder político no *FC Barcelona,* a partir daquele momento (BARCO, 2015). Posteriormente, espécie de "embaixadas" do clube no exterior. Em 1972 se realizou, ainda em pleno franquismo (quando se policiava e se desconfiava de todo tipo de reunião de pessoas), o primeiro encontro das *penyes* do clube, em Manresa (local onde está a padroeira da Catalunha e do *FC Barcelona*), tendo papel importante para realizá-la o então presidente *blaugrana* Augustí Montal. Ao longo dos anos (sobretudo após 1970) o Estádio do *Camp Nou* passou a ser envolvido com placas alusivas as suas *penyes*, da Catalunha, Espanha e de todo o mundo.

[211]Ao lado de Athletic de Bilbao e Real Madrid, é um dos clubes que nunca foi rebaixado à segunda divisão da Liga.
[212]Para ver mais indica-se o livro "El Barça Segrestat", de Xavier García Luque e Jordi Finestres.

Destaca-se a relação da *penya* com o clube, também, como tendo se estabelecido (e depois permanecido) a partir do cunho *tradicional* vez que estabelece uma ligação mais duradoura entre torcedor/clube, mesmo que essa relação não se realize no cotidiano em termos de território do clube e do *penysta* (e aí as *penyes* de fora da Catalunha podem ter partilhado mais de um *barcelonismo* menos *catalanista*, mas nem por isso menos *intenso*). O historiador Jaime Sobrequés, por exemplo, diria que as *penyes* seriam a prova mais evidente da extensão universal do sentimento *barcelonista*, calcado na irmandade (TUDELA, 2009).

Em 1972, também, o presidente Montal seria cobrado a fazer um referendo com os sócios (GARCIA LUQUE, 2017), mas seguiu-se um estatuto com eleições indiretas, que tinham de passar pela chancela da federação espanhola. Em 1973 (até 1981, embora tenham ocorrido eleições democráticas, com a participação dos sócios já em 1978) o novo estatuto seguia também aquelas prerrogativas e consagrava uma junta diretiva de pelo menos cinco membros (presidente, mais dois vice-presidentes, secretario, tesoureiro, contador) mais os membros "vocals" (quantas fossem as subseções esportivas do clube), que poderia perfazer no total o máximo de 15 pessoas (fiscalizados internamente por uma comissão econômica e outra, de disciplina). Este conselho diretivo, parecia se reunir numa periodicidade mais ou menos mensal, tratando e deliberando sobre assuntos diversos do clube, e delegava tarefas a cumprir para seus membros e comissões de conselheiros (que muitas vezes auxiliavam essas diretivas). Na década de 1970, essas juntas (portanto o clube) foram presididas por Augustí Montal (1969-1977) e Raimon Carrasco (1977-1978), historicamente já formadas por uma elite catalã (empresários e pessoas de referência, com associações políticas destacadas, e geralmente ligadas ao setor têxtil), pessoas não remuneradas, que dedicavam seu tempo livre para gerir o clube. Formalmente, o estatuto de 1973 afirmava que o clube era uma associação de caráter cultural e desportiva, cujo objetivo seria fomentar o futebol e os esportes em geral, difundir a prática nos associados, competir e contribuir para o melhoramento e desenvolvimento da juventude[213]. Em termos práticos, entretanto, na década de 1970 o Barça já vinha incorporando de forma mais consistente o mote "Més que un Club" ao seu dia a dia, sobretudo a partir de Augustí Montal[214], e as juntas diretivas também se pautaram por ações sociais e políticas envolvendo-se cada vez mais com "questão catalã", e os primórdios processo que alguns historiadores chamariam de *transição*

[213]Cf. Estatuto do FC Barcelona de 1973.

[214]Como nos começos da temporada de 1972-1973, quando Montal ordenou içar a bandeira catalã nas dependências do clube (após 33 anos de proibição); ou quando os autofalantes do Camp Nou anunciaram em 1972, em catalão, que uma criança havia se perdido no estádio, e que obteve a ameaça de prisão dos sócios compromissários do clube que haviam permitido aquela deliberação; ou ainda, em 1975, quando todos os documentos oficiais do clube passaram a ser escritos em catalão (carnês de sócio, o boletim oficial do clube, os comunicados e as atas) (BARCO, 2015). Segundo o museu do clube (quando lá estive em 2017), ainda em 1972 os autofalantes do Camp Nou já anunciavam em catalão e o boletim era emitido nesta língua.

democrática, que viria acontecer na Espanha (1975/1982).

Retorno do velho escudo, "hino extraoficial" da Catalunha e um craque global

Em 1974 o *FC Barcelona* completaria 75 anos, e preparava-se para as comemorações. Neste momento, a Espanha vivia o chamado *tardo franquismo* com o desenvolvimento de uma efervescência sócio-política contestativa mais pronunciada contra o regime. O professor e historiador Josep Maria Solé i Sabaté (2017) destaca a figura de Manual Vásquez Montálban, como um grande intérprete do significado do clube, neste momento. Nesse contexto, também (como já exposto), o *FC Barcelona* tinha na figura do presidente Augustí Montal um destacado militante pelo *catalanismo*. Foi nesta época em que o diretivo conseguiu o retorno da grafia anterior do nome do clube (1973, segundo o museu), não mais castelhanizado (ou seja, de *CFB*, *Club de Fútbol Barcelona*, voltaria para *FCB*: mas neste momento significando *Futbol Club Barcelona* e não mais *Foot-Ball Club Barcelona*).

Figura 9 - Escudos do FC Barcelona modificados no tardo franquismo

Fonte: Site do Clube (2018).

Na ocasião daquelas comemorações o clube teria estreitado os laços com o mundo artístico e cultural catalão[215], consagrando uma imagem do já reconhecido artista catalão Joan Miró para as festividades. Mais tarde o clube passaria a incorporar obras de arte em seu museu, e promover (desde 1985) uma Bienal de Arte em Barcelona, muito frequentada. O próprio estádio, em sua concepção e

[215]Segundo o memorialista Josep Carreras (1998, em um obra patrocinada pelo clube para as comemorações do centenário), o clube já tinha relações próximas com artistas consagrados como Ricard Opisso (amigo de Pablo Picasso), Antoni Roca e Valentì Castanys. Ainda na ocasião de 1974 (tardo franquismo) uma legião de artistas se aproximaria do clube, como Joan Miró, Salvador Dalí, Xavier Corberó, Gardy Artigas e Francesc Artigau. O museu do clube (2017) cita ainda Tápies, Juan Fuster, Pére Calderas e Tisner.

depois ampliação (na década de 1980), passaria a incorporar uma arquitetura mais refinada[216]. Foi também em 1974, por conta daquelas festividades, que foi feito um hino para o clube (o clube não tinha ainda um hino reconhecido como oficial[217]). A música[218], em *catalão* (o clube, desde 1969, vinha introduzindo o idioma, paulatinamente, nas suas comunicações internas[219]), teria se tornado popular rapidamente, e os torcedores em Barcelona teriam adorado o fato de ser possível bater palmas junto com o ritmo quando o hino foi exibido pelas primeiras vezes. Duch (2004) afirma que este hino consagrar-se-ia efetivamente como uma espécie de hino extraoficial da Catalunha (para os catalães *barcelonistas*) vez que ficou mais conhecido que o próprio *Els Segadors*, entre a população local. Provavelmente, afirma ele, porque seria mais "leve", festivo e cantado em ocasiões menos formais (portanto mais espontâneas). Ao longo dos anos se consagraria como uma canção entoada em momentos críticos de uma partida do clube, mas também em celebrações de conquistas, simbolizando uma grande união.

Por ocasião da minha visita ao clube em 2017, encontrei o hino de 1974 exposto de forma destacada em uma parte do museu, com fones de ouvido para que os visitantes pudessem ouvi-lo (e traduzido em vários idiomas) como se estivessem num jogo do clube. Ele era também tocado nos autofalantes do estádio num ritual costumeiro antes das partidas, além de enfeitar o corredor de acesso dos jogadores ao gramado, estampado nas paredes. Ao que me pareceu, no pós-1980, não só foi reforçado como um elemento identitário do clube, como se tornou também um dos símbolos mais conhecidos do *FC Barcelona* mundialmente. Adiante segue a letra (com a tradução em português que consta no próprio museu do clube):

---

[216]Francesc Mitjans, o arquiteto que idealizou o *Camp Nou* afirmou que viajou o mundo todo para desenhar o estádio, inspirando-se na magnitude do Coliseu de Roma, mas também com a intenção de projetar um estádio que pudesse ser capaz de ser um espetáculo por si mesmo, como um grandioso teatro (com boa visibilidade de qualquer ponto), e com um design "atrevido" (REVISTA BARÇA, 2005).

[217]Segundo o memorialista Josep Carreras (1998), antes do hino de 1974, o clube teve várias canções que teriam o "status" de hino, mas a dificuldade na busca por elas, e a consagração de um hino oficial só em 1974, revela que o ambiente anterior não era ainda propício para verbalizar (e consagrar) sentimentos coletivos de forma oficial, sobretudo na Catalunha. Assim, o clube teria algumas canções catalãs que poderiam ser tidas como hinos extra-oficiais como: *La Santa Espina, La muntanya venerada, El cant de la senyera* ou mesmo *Els Segadors*. Os hinos pontuais do clube seriam na inauguração de Les Corts, o "*Himne del FC Barcelona*"; o hino do centenário, "*Barcelona, sempre amunt*" e o hino que comemora a inauguração do Camp Nou, "*Himne a L´Estadi*".

[218]Segundo o site do clube, letra foi escrita por Josep Maria Espinàs e Jaume Picas, sendo a composição de Manuel Valls.

[219]Segundo Figols: "No período citado, a língua catalã começou a ganhar o espaço público, os carnês de sócios passaram a ser escritos em catalão e não mais em castelhano, além disso, os anúncios no megafone do estádio Camp Nou passaram a ser em catalão, vale lembrar que entre a torcida era comum falar a língua catalã, mas no áudio oficial do estádio era proibido.80 Deste modo, valendo-se da abertura paulatina do regime franquista, o clube passou a usar a língua catalã como oficial nos espaços públicos" (FIGOLS, 2014: 371-372).

Cant Del Barça

Hino consagrado do *FC Barcelona* (aniversário de 75 anos - 1974)

Tot el camp és un clam,	Todo o campo, é um clamor
Som la gent blaugrana	Somos a gente azul-grená
Tant se val d'on venim, *Si del Sud o del Nord,*	Não importa de onde vimos, Se do Sul ou do Norte
Ara estem d'acord, estem d'acord	Agora estamos de acordo, estamos de acordo
Una bandera ens agermana:	Uma bandeira nos irmana:
Blaugrana al vent, *Un crit valente,*	Azul-grená ao vento, Um grito valente
Tenim un nom, el sap tothom: *Barça, Barça, Baaarça!*	Temos um nome que todo o mundo conhece: Barça, Barça, Baaarça!
Jugadors, seguidors, Tots units fem força; *Són molts anys plens d'afanys,* *Són molts gols que hem cridat,* *I s'ha demostrat, s'ha demostrat,* *Que mai ningú no ens podrà torcer:*	Jogadores, seguidores,Todos unidos somos fortes; São muitos anos cheios de afãs, são muitos os gols que gritámos e demonstrou-se, demonstrou-se, que ninguém nos poderá subjugar:
Blaugrana al vent, Un crit valente, *Tenim un nom, el sap tothom:* *Barça, Barça, Baaarça!*	Azul-grená ao vento, Um grito valente, Temos um nome que todo o mundo conhece: Barça, Barça, Baaarça!

Letra: Josep Maria Espinàs y Jaume Picas
Melodia: Manuel Valls

Fonte: Museu do Clube (2017).

Figura 10 - Acesso ao gramado: hino, capela de Montserrat e palavras em inglês

Fonte: Acervo do autor.

Chama a atenção o destaque "um nome que todo mundo conhece", num momento em que o *FC Barcelona* ainda não era um clube global, mas que naquele momento (*tardo franquismo*) vinha reforçando seus laços com o *catalanismo*. Além disso, segundo o site do clube, a letra descreveria muito bem os valores do apoio ao Barça, especialmente o espírito de receber com prazer pessoas externas à sociedade catalã, um espírito que se refletiria na filiação ao clube (SITE DO CLUBE, 2018).

Esta foi uma alusão que eu encontrei em vários memorialistas do clube, foi citada algumas vezes nas entrevistas, e o professor Carles Santacana também fez alusão a ela: ou seja, de que o clube se tornou (ou reforçou sempre) um elemento de integração social na Catalunha[220]. Como na década de 1920 (e depois em fins do XX), uma onda mais forte de imigração teria vindo para a região no pós-guerra civil (boa parte vinda da Andaluzia), e muitas pessoas que chegavam a Catalunha perceberiam que fazer parte dos quadros sociais do clube (e aprender o catalão) lhes permitiria adentrar mais facilmente àquele *lugar social*. Segundo Figols:

> O período de Llaudet à frente do *FC Barcelona* [1961-1968] coincidiu com o desenvolvimento histórico da sociedade catalã, em grande parte devido ao crescimento econômico da região. Tal desenvolvimento econômico da Catalunha impulsionou um fluxo migratório – quase um milhão de pessoas vindas das regiões mais pobres da Espanha – e o desenvolvimento urbano, principalmente da cidade de Barcelona (FIGOLS, 2016:76).

Esse seria também um dos fatores utilizados para explicar, o porquê que o *FC Barcelona* se tornou um clube forte na região em termos de massa social, em comparação, por exemplo, com o *RCD Espanyol*. Outras partes da letra também nos chamam a atenção, como alusão a períodos difíceis e de resistência, e que apesar de todas as diferenças uma bandeira representaria um "acordo" e uma "irmandade". Nesse caso parece clara alusão a opressão que a região sofreu pelo Estado espanhol, e que o clube acabaria representando um símbolo de luta contra o autoritarismo, ao mesmo tempo reforçando um sentimento de forte lealdade. O sentimento de lealdade e união são elementos que acabaram se consagrando como muito comuns na ligação entre clube e torcedor de futebol em várias partes do mundo, e sob esse aspecto o hino não parece perder o significado simbólico, ou a força da devoção que propõe, quando transportado a uma configuração global, entre 1980-2010.

O período 1973-1974 (com a abertura formal à atletas estrangeiros na Espanha) foi também

[220]Matérias na *Revista Barça*, no primeiro decênio do século XXI, recorrentemente faziam alusão do *FC Barcelona*, naquele momento, como um elemento integrador da forte onda imigrante que chegava na Catalunha, naquele momento.

o ano em que Johan Cruyff chegava no *FC Barcelona*, já como uma estrela internacional[221], de grande impacto midiático, e que vai ser considerado um protagonista no desenrolar da globalização da agremiação, seja pelas conquistas obtidas (que consolidam mundialmente o clube), seja por um estilo de jogo inovador que se entrelaçou com a *identidade* do clube a partir desse período, e que tem seus primórdios com o treinador holandês Rinus Michels ("Futebol Total"), naquele momento também no *FC Barcelona*. Vale dizer que em 1974, ainda, a equipe *barcelonista* (liderada por Cruyff) encerraria a "Travessia do deserto" (14 anos sem título da *Liga*), campanha que contou com uma goleada inédita de 5 a 0 sobre o rival, no estádio deste em Madri (já no franco declínio do regime franquista), e que muitos *barcelonistas* costumam até afirmar que seria este o marco do início do fim do *franquismo* (DUCH, 2010).

No que diz respeito a relação entre as identidades sociais, política e a torcida *tradicional* catalã do *FC Barcelona*, o professor Carles Santacana (2017) destacou que as *senyeras* voltariam a aparecer no *Camp Nou* por essa época, ainda que proibidas. Segundo ele, um mês depois da morte de Franco (dezembro e 1975) entrariam mil *senyeras* de forma clandestina (mas provavelmente com o conhecimento do clube) num jogo da equipe *blaugrana* contra o *Real Madri*, televisionado para toda Espanha. Ao sair o gol de Carles Rexach (último minuto), elas começariam a ser exibidas em um lugar estratégico, justamente para repercutir na mídia[222]. A partir de então, começariam a cada vez ser mais frequentes, as vezes até mais que bandeiras do próprio *FC Barcelona*.

---

[221] Johan Cruyff chegaria no FC Barcelona como jogador mais valorizado no mundo. Ele seria o "maestro" do Ajax, clube tricampeão das Copas de campeões da Europa (1970-71; 1971-72; 1972-73), e da seleção holandesa que ficaria conhecida como "laranja mecânica" na Copa de 1974. Ele foi recebido como um "messias", e com ele o clube voltaria a vencer uma Liga, após 14 anos, campanha que contaria com uma goleada inédita no estádio do rival Real Madrid, por 5 a 0. Cruyff também impactava pela sua imagem, como por exemplo por uma propaganda de cuecas que faria na época (numa Espanha e Catalunha ainda muito demarcadas pelo conservadorismo), ou pelo comportamento. Segundo Barco, sobre o impacto de Cruyff: "...su impacto fue tan sociológico como mediático, ya que la melena que lucía, su forma de vestir y de comportarse tenía poco que ver con la España gris de principio de los setenta, ya que el choque cultural con la cosmopolita Holanda de la época era evidente." ["... seu impacto foi tão sociológico como midiático, já que o cabelo que usava, sua maneira de se vestir e se comportar, tinham pouco a ver com a Espanha cinzenta do começo dos anos setenta, e o choque cultural com a Holanda cosmopolita da época era evidente."] (BARCO, 2015: 285-286). Apesar do impacto midiático de Cruyff, na década de 1970 (e depois 1980), os jogadores do clube ainda permaneciam fazendo propagandas de publicidade para empresas locais, como (para o caso do jogador holandês) uma marca de pinturas (pinturas Bruguer) ou uma loja de cuecas (calzoncillos Jim). No estádio os negócios limitavam-se a venda de sorvetes e almofadas para assistir aos jogos (geralmente por pequenas empresas de ex-jogadores) (SANTACANA, 2017).

[222] Segundo Barco (2015), naquele mesmo jogo, surgiram também faixas pedindo ao presidente do clube Augustí Montal (1969-77), que não enfraquecesse nas suas reivindicações catalanistas do clube, e também reivindicando liberdades políticas e o Estatuto de Autonomía para a Catalunha.

Basileia 1979: *Senyeras* tremulando numa conquista internacional pela primeira vez

Em 1979 o *FC Barcelona* conquistava o seu primeiro título continental[223], a primeira *Recopa Europeia*, vencendo numa virada por 4 a 3 o time alemão *Fortuna Düsseldorf*. Para Basileia[224], também ocorreria a primeira grande viagem da torcida *barcelonista* para fora da Espanha (calculava-se mais de 30 mil *barcelonistas*) e o clube seria representado no exterior, massivamente, por seus torcedores agitando *Senyeras* (e não pela bandeira da Espanha).

Soto (2014) destaca a ressonância política dessa vitória em termos identitarios, pois seguir-se-ia a ela uma imensa festa por toda a Catalunha em que se cantava "Visca el Barça i Visca Catalunya", e um recém inventado "Ya tenemos la copa, ahora el estatuto". Josep Tarradelas, presidente da *Generalitat* no exílio, havia recém retornado ao país naquele momento de *transição*, trabalhando na restauração da *Generalitat*. Aquele era um contexto, também, em que a assembleia do clube (ainda em 1977) teria aprovado a declaração da Catalunha em favor de um Estado espanhol solidário e democrático, tal como a solicitude de um novo *Estatuto de Autonomia* para a região. Era, ainda, um contexto em que o presidente de então, Agustí Montal, havia enviado um carnê de sócio do clube ao próprio Tarradelas (que estava no exílio, e na sequência receberia homenagens no *Camp Nou*, por ocasião do seu retorno do exílio). A festa da *Recopa* de 1979 se transformaria, assim, em uma manifestação massiva pelo *Estatuto de Autonomia* da Catalunha, e a inserção do clube no processo de *redemocratização* que vivia o país (tal como aconteceria também no País Basco). Tarradelas comandaria a festa em frente ao *Palau da Generalitat* desfraldando uma bandeira catalã, e em meio ao canto costumeiro dos aficionados de *Els Segadors* teria afirmado: "Ya tenemos la Copa. El Barça há ganado por Catalunya y por nuestra bandera" (SOTO, 2014). Esse cenário reitera uma interrelação entre o simbolismo da vitória europeia (o desempenho esportivo) do clube e o reforço da sua identidade ligada a Catalunha, naquele momento.

Um olhar panorâmico sobre a trajetória e transformações do clube entre 1980-2010: âmbitos diretivo, torcedor e jogador

No âmbito diretivo, entre 1980 e 2010, o *FC Barcelona* teve quatro presidentes, sendo três deles eleitos pelos sócios do clube (SITE DO CLUBE, 2018), conforme se vê adiante:

[223]O clube já havia vencido, desde fins da década de 1950, três edições da "Taça das Cidades com Feiras", torneio que daria origem à Taça da Uefa. Mas esta competição não parecia ter o prestígio de um efetivo torneio internacional, e de qualquer modo não instituiu-se na memória dos *culers* como conquistas efetivamente internacionais a serem "lembradas".
[224]Coincidentemente a cidade de Basileia (Suiça), é também o local onde Joan Gamper iniciou como atleta de futebol, antes de imigrar para Barcelona.

Tabela 15 - Gestões do FC Barcelona entre 1980 e 2010

Josep Lluís Núñez	1978-1981/ 1981-1984 /1984-1989 1989-1992 / 1992-1997/ 1997-2000
Joan Gaspart i Solves	2000-2003
Enric Reyna i Martínez * presidente após renúncia de Joan Gaspart	2003
Joan Laporta i Estruch	2003-2006 / 2006-2010

Legenda

Fonte: site do clube, elaboração própria (2018).

Nesse período, o clube teve também duas "comissões gestoras" para administrar a agremiação. Uma em 2003, após a renúncia do presidente Enric Reyna i Martínez (vice-presidente da gestão Joan Gaspart i Solves 2000-2003, que assumiu após a renúncia deste) e a outra comissão aconteceria em 2006, por ocasião de uma sentença judicial que determinou uma nova convocatória de eleições pela gestão Joan Laporta naquele ano, eleições em que o próprio Laporta seria proclamado reeleito automaticamente, pela ausência de outras candidaturas. Vale dizer que Josep Nuñez também se reelegeu sem candidaturas opositoras em 1981, 1984, e 1992, e que renunciou o cargo antes de finalizar o seu mandato, em 2000 (SITE DO CLUBE, 2017).

Tanto Nuñez quanto Laporta enfrentariam as chamadas "moció de censura" no decorrer das suas gestões. Uma "moció de censura" foi um mecanismo consagrado pelos estatutos do *FC Barcelona* a partir de 1991, que permitia uma convocatória (por um ou mais sócios) de consulta para continuidade ou não de uma junta diretiva, desde que houvesse 15% dos sócios solicitantes. Em fins da década de 1990, Nuñez enfrentaria uma moção proposta pela plataforma de oposição *Elefant Blau*: um grupo de opositores ao *nuñismo* liderados pelo próprio Laporta. Este, por seu turno quando presidente, enfrentaria uma moção proposta por Oriol Giralt, em 2008 (MUNDO DEPORTIVO, 2008)[225]. É importante destacar que o mecanismo de "moció de censura" (1991), ao lado da manutenção do clube como um clube associativo e democrático (e não um clube de acionistas, por exemplo, como a maioria dos clubes na Espanha e entre as *Big 5*), expressa um dos traços de *tradição* identitária do clube no âmbito de seu modelo administrativo, face ao processo de globalização. *Tradição* contemplada pelos quatro estatutos diferentes (1981, 1992, 2001 e outro em 2009). Nesse período, o que se verifica em relação as juntas é que de um modelo mais *holístico*, e com pessoas

[225]Seria o próprio Giralt (aliás) que já havia denunciado ao Tribunal Catalán de Deporte a necessidade da convocatória das eleições por Laporta em 2006. Barco (2015) afirma que seriam Núñez e Rosell (um diretivo que havia ascendido com Laporta em 2003), que fomentariam esta *moció*.

permanentes (anos 1980), paulatinamente se toma um perfil com renovação de pessoas mais frequente, e crescente de um organograma e funções mais complexas, aumentando muito sua estrutura. Duas grandes inflexões acontecem nesse sentido: na década de 1990, mais por indução (quando cada vez mais empresas multinacionais se aproximam do clube), e a partir da gestão Laporta (2003). As juntas no *FC Barcelona*, crescentemente incorporam as identidades *ethos-trabalho*, mas as tradições catalanistas permanecem e até se reforçam. O corpo social gestor também incorpora cada vez mais mulheres nos seus quadros, e passa a promover identidades com compromisso social (o anverso à *atomização*) e *identidades consumo* aos torcedores, mas essa em associação com uma ideia de *catalanismo* mundial ("Més que un club al món"), como se verá.

Em relação as suas finanças, o clube apresentou o seguinte cenário no recorte estudado:

Tabela 16 - Receitas do FC Barcelona entre 1980-2010

Temporada	Receitas Totais	Sócios + bilheteria + competições	Receitas atípicas; (inclui TVs)	Matchday	TVs	Comercial
1981-82	1,2 bilhões pts (€ 7,5 milhões)	85%	15%	-	-	-
1982-83	€ 11 milhões	-	-	-	-	-
1984-85	€ 13 milhões	-	-	-	-	-
1990-91	€ 35 milhões	-	-	-	425 milhões pts (€ 2,5 milhões)	-
1993-94	€ 49 milhões	52%	48%	-	-	-
1994-95	€ 56 milhões	54%	46%	-	-	-
1996-97	10 bilhões pts (€ 60 milhões)			-	-	-
1998-99	€ 85 milhões	29%	71%	-	-	-
1999-00	€ 119 milhões	24%	76%	-	-	-
2003-04	€ 170 milhões	-	-	-	€ 66 milhões	-
2006-07	€ 290 milhões	31%	69%	€ 88,6 milhões	€ 106,7 milhões	€ 94,8 milhões
2008-09	€ 366 milhões	-	-	€ 95,5 milhões	€ 158 milhões	€ 112 milhões
2009-10	€ 398 milhões	24%	76%	€ 97,8 milhões	€ 178 milhões	€ 122,8 milhões

Fonte: diversos, elaboração própria (2018) [226].

Sobre o patrimônio do clube, o historiador Carles Santacana destacou que a inserção do clube no esporte espetáculo foi favorecida porque já possuía um patrimônio forte. O relato dele foi de que o clube teve certa sorte de, na década de 50, um diretivo ter investido em vários terrenos na cidade de Barcelona que valorizaram o que permitiu ao *FC Barcelona* a disposição de um capital para

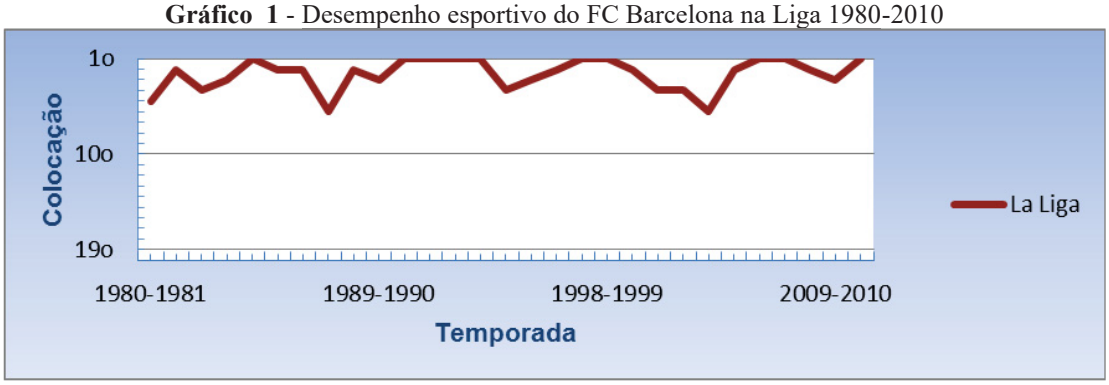
[226]Alguns desses dados foram obtidos a partir de fontes diversas, que às vezes não combinavam para um mesmo período, de modo que se faz a ressalva que devam ser vistos mais como uma projeção.

administrar e promover o próprio crescimento[227]:

> El Barcelona tuvo la suerte muy grande, que en los años 50 un directivo comprar todos aquellos terrenos que estaban fuera de la ciudad. ¿Ahora está casi al centro de la ciudad, no? Y esto es un patrimonio increíble, pero claro no hay ningún estadio en el mundo que tenga tanta superficie al redor, superficie deportiva, dentro de instalaciones ¿no? Porque lo compró en eso momento. Barcelona es una ciudad que está tocando a el mar, con lo cual el crecimiento solamente puede crecer hacia una dirección, hacia al interior, ¿hacia el mar no pude crecer no? Y tuvo esa suerte, ¿no? Entonces eso se le ha dado una capacidad económica muy grande, ¿no? Y después, que también hizo compras en su momento…lo que se compró en *Sant Feliu*, la ciudad deportiva, o bien otros intentos que no han funcionado: lo que compró en la zona de *Raval*, la zona de la aeropuerto, que esto de momento, esto es de Barcelona. Pero en fin, no sirve para nada de momento. Veremos o que ocurre. Son campos de cultivo ahora, lo cierto es de que este gran patrimonio le da dos posibilidad: [error] tener muchos campos de formaciones de jugadores…tiene montones de campos donde poden practicar muchos equipos, muchos… y después, esto le da capacidad económica de poder…de poder gestionar esto patrimonio, con lo que está ahora haciendo. Remodelando zonas para construir algunos hoteles, algunas zonas deportivas, sociales, culturales, de ocio y creo que eso es uno de los recursos que Barça utilizará (SANTACANA, 2017)[228].

É importante destacar que em termos de receita, em 2002-2003 o clube ocupava o posto de 13ª força na Europa, mas a partir da temporada 2005-2006 passaria a se posicionar sempre entre a segunda ou terceira posição, de um dos principais rankings financeiros do futebol mundial (LIÉBANA, 2016; DELOITTE, 2010) Em termos de desempenho esportivo, o quadro na *Liga* seria o seguinte:

Gráfico 1 - Desempenho esportivo do FC Barcelona na Liga 1980-2010



Fonte: diversos, elaboração própria (2018).

[227]Ao que parece, sería o presidente Miró-Sans (1953-57/1958-61), que comprou terrenos em Les Corts, fronteiriços ao bairro Hospitalet de Llobregat, entre os quais seria levantado o Camp Nou, seu maior projeto.

[228]"O FC Barcelona teve muita sorte, que nos anos 50 um diretivo comprou todos aqueles terrenos que estavam fora da cidade. Agora estão quase no centro da cidade, certo? E este é um patrimônio incrível, mas é claro que não há nenhum estádio no mundo que tenha tanta área de superfície, superfície desportiva, instalações internas, certo? Porque ele comprou naquele momento. Barcelona é uma cidade que está tocando o mar, com o qual o crescimento só pode crescer em uma direção, em direção ao interior, em direção ao mar não se poderia crescer. E ele teve essa sorte, certo? Então, isso lhe deu uma capacidade econômica muito grande, certo? E depois, que também fez aquelas compras no momento certo... o que foi comprado em Sant Feliu, a Ciudad Deportiva, ou outras tentativas que não deram certo: o que ele comprou na região de Raval, na região do aeroporto, que em este momento está em Barcelona. Mas de qualquer forma, não funciona para nada no momento. Nós veremos o que acontece. São campos agrícolas agora, a verdade é que esse grande patrimônio lhe dá duas possibilidades: [error] ter muitos campos para formação de jogadores...há muitos campos onde-se pode treinar muitas equipes, muitos ... e também, isso lhe dá capacidade econômica de poder ... de ser capaz de administrar esse patrimônio, como o que se está fazendo agora. Remodelando regiões para construção de alguns hotéis, algumas áreas esportivas, sociais, culturais, de lazer e acho que esse é um dos recursos que o Barça utilizará.".

No período, o clube foi campeão da *Copa do Rei* oito vezes[229] (com três vice-campeonatos e outras boas participações no torneio) venceu nove vezes a *Supercopa da Espanha*[230], participou 15 vezes da *Copa da Europa*/*Champions League* (14 vezes após 1990), sendo campeão em 1991/92, 2005/06 e 2008/2009; e vice em 1985/86 e 1993/94. Participou, ainda, cinco vezes na Copa UEFA, sem nenhum título[231]. Nesse período o clube foi, também, duas vezes campeão do torneio *Copa da Liga* (um torneio jogado ao fim das temporadas na Espanha entre os anos de 1982 e 1986). O clube, ainda, teve títulos, e colocações em outros torneios internacionais[232], com destaque para campeonato mundial interclubes FIFA, em 2008/2009. A leitura do quadro exposto explicita que o clube catalão teve uma guinada positiva a partir de 1990, e que raramente não venceu pelo menos um torneio dos que disputou em uma mesma temporada, desde 1980. A ausência de títulos ocorreu apenas nas temporadas 1986-1987, 1994-1995 e nas temporadas de 1999-2000 a 2003-2004, estes dois últimos momentos de conquistas internacionais do rival *Real Madri*, e dois presidentes do clube iriam renunciar: Núñez e Joan Gaspart.

Em termos de desempenho esportivo, ainda, a leitura que pode ser feita é que de fato *FC Barcelona* já era um clube protagonista na Espanha até os inícios da década de 1980. Entretanto, a hegemonia no futebol espanhol (e projeção internacional consolidada) era mesmo do *Real Madri*[233]. Sob esse ponto de vista, o *FC Barcelona* era até ali o segundo clube da Espanha[234] e, embora conhecido, ainda não tinha muita projeção internacional, pois só venceria o seu primeiro título de efetiva dimensão fora da Espanha em 1979, com a *Recopa* conquistada na Basileia. Entre os memorialistas do clube, foi comum encontrar relatos que o clube desenvolveu uma identidade vitimista nos círculos da Catalunha, e que seria superada com a globalização e vitórias neste período. Nessa perspectiva, o período vencedor do clube como protagonista espanhol e europeu se inicia a partir da década de 1990. Assim, o período entre 1980 e 2010 (sobretudo 1990-2010), demarca efetivamente a ascensão do *FC Barcelona*, e uma trajetória como o clube mais vencedor na Espanha (embora em número de *Ligas* tenha vencido 11, o mesmo número de vezes que o *Real Madri* venceu no mesmo período) e um dos clubes mais vencedores e protagonistas na Europa.

No que diz respeito à sua dimensão torcedora, em inícios de 1980 o *FC Barcelona* era um clube já bem conhecido (em todo Estado espanhol), e com torcedores por toda a Espanha

[229]Em 1980/81 e 1982/83, 1987/88, 1989/90, 1995/96, 1996/97, 1997/98 e 2008/09.
[230]Em 1982/83, 1990/91, 1991/92, 1993/94, 1995/96, 2004/2005, 2005/06, 2008/09 e 2009/10.
[231]Em 1980/81, 1986/87, 1987/88, 2000/01 (melhor colocação, desclassificado nas semifinais) e 2003/04.
[232]Três conquistas na Recopa da Europa (1981/82, 1988/89, 1995/96) além de um vice-campeonato em 1990-91. Foi também campeão da Supercopa da Europa em 1992/93 e 2008/09.
[233]Com 20 Ligas e era o clube que mais vezes havia vencido as Copas da Europa, com seis títulos.
[234]Com 10 títulos da *Liga* (embora tivesse mais títulos que o *Real Madrid* na Copa do Rei, 20 contra 15, mas cuja liderança era do *Athletic de Bilbao* com 22 Copas).

(FINESTRES, 2017). Nessa direção sabe-se, por exemplo, que os clássicos com o *Real Madri* eram os que atraiam (quando transmitidos) a maior parte do público dentro da Espanha, transmitidos pela estatal *RTVE*, desde a década de 1970. Certamente que a simbologia política do *El clássico* - a *Guerra Freda* como chamaria Jordi Salvador Duch (2004) - foi um dos elementos que por toda a Espanha serviu pra arregimentar simpatias e aficionados para ambos os lados, ao longo dos anos (desde fins da década de 1950, pelo menos), sobre um tema político que não passava despercebido no cotidiano da população da Espanha em geral. Parece claro, também, que houve torcedores que procuravam pensar sua afinidade pelo clube como sendo fora da política, onde a notoriedade das duas agremiações (e o próprio clássico) permanecia jogando também papel fundamental. Este, por exemplo, foi o caso de um dos meus entrevistados na Espanha, Sr. Suso que nasceu e viveu toda sua vida na Galícia (região noroeste do país), e que declarava torcer incondicionalmente pelo *FC Barcelona*, desde 1969, mas declarou não gostar de "associar política com futebol". Por outro lado, tendo por base pesquisas dos inícios de XXI, parece razoável pensar que o *FC Barcelona* havia se fortalecido mais ainda como uma das referências (em menor medida que o *Real Madri*) de público esportivo na Espanha, em termos nacionais, seja de torcedores *tradicionais* ou *modernos*, que viam no Barça um segundo clube e/ou mesmo, crescentemente, um símbolo de entretenimento midiático.

É possível vislumbrar que o clube já fosse bem conhecido também fora da Espanha e da Catalunha, e até tivesse simpatizantes ou aficionados estrangeiros (como se verá na tabela abaixo, em meados de 1980 já havia algumas *penyes* do clube fora da Espanha), mas a irregularidade de transmissões via satélite e ausência de TVs a cabo nessa época (aliados ao, ainda emergente, *futebol espetáculo*), provavelmente foram obstáculos para a constituição de um público efetivamente amplo, mais coeso e consolidado fora das referidas fronteiras, que não fossem de migrantes da própria região. A tabela abaixo nos oferece um panorama de como se transforma a torcida e o público *barcelonista*, e sua tipologia ao longo dos anos.

Tabela 17 - Massa social do FC Barcelona entre 1980-2010

Temporada	Sócios	Aficionados Espanha	Penyes	Facebook	Twitter	Youtube
1979-80	79 mil	-	176	-	-	-
1984-85	108 mil	-	367 (8 internacionais)	-	-	-
1989-90	103 mil	-	516	-	-	-
1997-98	103 mil	-	1,2 mil (616 na Catalunha, 578 na Espanha e 42 pelo mundo)	-	-	-
2004-05	131 mil	4 milhões	1,6 mil	-	-	-
2009-10	173 mil	6/10 milhões*	1,3 mil ativas (646 – Catalunha; 625 - Espanha e 72 pelo mundo) 2 mil inscritas	2,2 milhões	262 mil	33 mil

*pesquisa de 2007, entre *tradicionais*, simpatizantes e *modernos*
Fonte: diversos, elaboração própria (2018).

Conforme se percebe, os aficionados *barcelonistas* crescem muito no período, em seus diversos subtipos. Silva (2018) apontaria que, nesse processo, se instituiu um sentimento de mais "propriedade" do clube entre os sócios, em relação aos não sócios. Outro dado sugerido por aqueles números é que o *FC Barcelona* já tinha, manteve e reforçou ao longo dos anos, uma base torcedora extremamente comprometida na Catalunha, a qual acredita-se terem aglutinado mais pelo perfil *tradicional* torcedor. Por outro lado, houve uma explosão do *barcelonismo* na Espanha (em geral) e mundialmente, arregimentando um público heterogêneo e diversificado em vários sentidos, e no qual também se inscreve a difusão do modelo das *penyes* (que se caracteriza pelo *clubismo*, mas não necessariamente um *clubismo* catalanista), sobretudo dentro da Catalunha e da Espanha, após 1990. Dentro desse fortalecimento, os encontros (*trobadas*) de *penyes* tornar-se-iam anuais, alguns sendo realizados no exterior. As Memórias do clube de 2010/11 (2011), afirmam que naquele ano (nova diretiva de Rosell) haveria uma nova preocupação de gestão das *penyes*, e estas passariam a dispor de uma nova estrutura e um *Syndic* (membro representativo desses grupos de *penyes* no interior do clube, intermediando a relação entre a instituição e as *penyes*). Assim, além do aumento do número de *sócios*, de torcedores *tradicionais* e *modernos* (*lealdade moderna*) em geral, houve também um crescimento expressivo nas *penyes* do clube (que a partir de 2004-2005 passaram a ser contabilizadas como "ativas" ou apenas "inscritas"). Segundo dados apresentados por um memorialista do clube, em 1998 havia 1226 *penyes* do *Real Madri*, 488 do *Atlético de Madrid* e 105 *penyes* do *RCD Espanyol*: enquanto isto o *FC Barcelona* dispunha de 1236 *penyes* neste mesmo momento, com 616 na Catalunha, 578 na Espanha (fora da Catalunha) e 42 fora da Espanha. No estatuto de 2001, os *penyes* passam a dispor da qualidade de membros do clube, reforçando sua representação na instituição e nas suas assembleias.

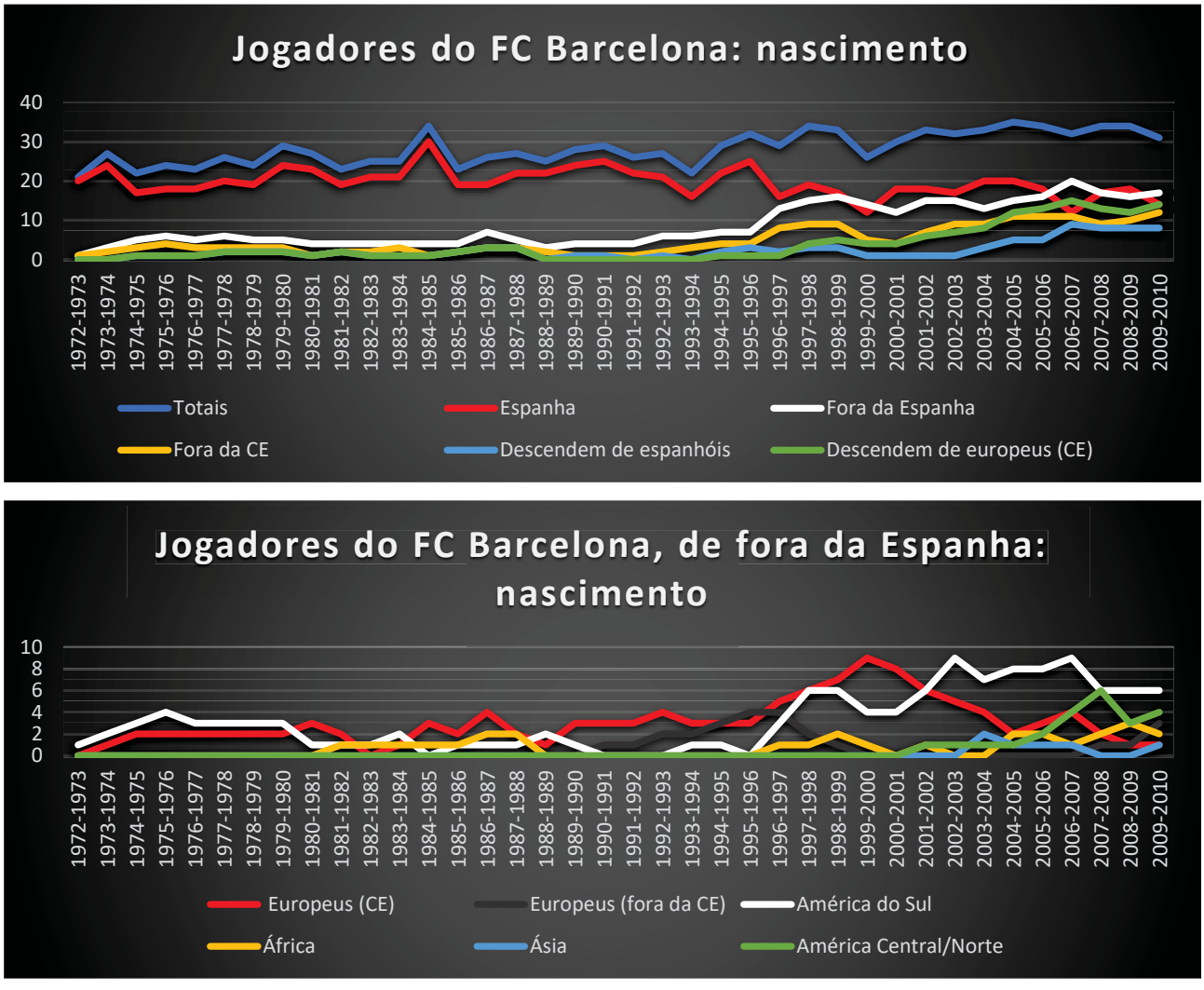
Esse crescimento foi propulsionado, em grande medida, certamente pelo *esporte espetáculo*, estratégia que o clube incorporou muito bem, através da contratação/formação de jogadores celebridades, conquistas nacionais e internacionais (sobretudo após 1990), associação protagonista com as mídias, novas tecnologias e ascensão no campo do entretenimento e do conteúdo digital. Além disso, as novas tecnologias permitiram uma maior presença no cotidiano, e uma relação mais constante entre torcedores e o clube, para além da territorialidade.

O pós-1980, também demarcaria a hegemonia midiática do clube na Catalunha (seja nas redes autônomas estatais locais, ou mesmo nas privadas), e o fortalecimento do seu protagonismo e integração na vida social local/cultural cotidiana, fortalecendo-se como tema universal em conversas de bar trabalho, família e reunião de amigos. Jornais, rádios, programas televisivos e periódicos trariam vasta informação (desde a mais banal) sobre o clube no dia a dia, e de forma muito mais

volumosa em dias anteriores e posteriores de partidas, chegando ficar à frente (em número de notícias) do que o próprio governo. Decisões e conquistas do *FC Barcelona* (no período) fariam, literalmente, parar a Catalunha (DUCH, 2004). O *FC Barcelona* atravessou o século XX, e ao final dele se fortaleceu ainda mais (localmente), como um grande ícone de *catalanidade* imerso em uma complexa estrutura simbólica social, arregimentando milhões de torcedores locais, para além de motivações esportivas, e que não mais se limitariam ao Estado espanhol.

Finalmente, um breve panorama sobre os jogadores estrangeiros no clube, durante o período, nos daria o seguinte quadro:

Gráfico 2 - Jogadores do FC Barcelona entre 1980-2010



Fonte: diversos, elaboração do autor (2019)[235].

[235]Alguns desses dados foram obtidos a partir de fontes diversas (em especial o *Transfermarkt*), que podem não ser tão exatos, de modo que se faz a ressalva que devam ser vistos mais como uma projeção.

Vale destacar que o *FC Barcelona* reforça, sobretudo a partir da década de 2000, a utilização de jogadores advindos na base (e fortalece ainda mais seu processo de formação), que mesmo não sendo catalães, passam a ser formados a partir de valores no jogo e uma filosofia identitária *barcelonista* (ver subcapítulo *Um pouco mais sobre a filosofia de La Masia*, *Seção 5.2*). Nesse período a narrativa comum no relato de entrevistados e memorialistas é de que o clube passou a investir cada vez mais em jogadores catalães também. Cumpre notar, também, a inflexão de atletas estrangeiros (e o crescimento de atletas descendentes de europeus, de países da *União Europeia*) após a *Lei Bosmann*, quando em alguns momentos os estrangeiros perfazem mais atletas que aqueles nascidos na Espanha. Ainda no quesito de atletas, o *FC Barcelona* se notabiliza durante a *globalização* como um clube contratador de atletas protagonistas e "estrelas": como, por exemplo, adquirindo Johan Cruyff em 1973, Diego Maradona em 1982 (ambas, as mais caras do futebol até então), Romário em 1993, Saviola em 2001, Ronaldinho gaúcho em 2003, Zlatan Ibrahimovic em 2009.

Os entrevistados: torcedores *tradicionais* locais

Conforme destacado, a trajetória do *FC Barcelona* foi reconstituída a partir de memorialistas, jornais e entrevistas. Entre os torcedores locais que tive contato e entrevistei por ocasião do meu estágio em Barcelona, reuni as características mais gerais dessas pessoas para tentar entender um pouco melhor a sua tipologia torcedora, qual sua relação com o clube, e a partir de *lugar* traziam suas memórias.

Josep foi um dos torcedores *hincha radical* do *FC Barcelona* que entrevistei. Na ocasião ele declarou que tinha 47 anos e destacou que seu pai não era catalão (vinha de Múrcia, perto de Andaluzía, sul da Espanha). Seu pai era também torcedor do *Atlético de Madrid*, enquanto que sua mãe, embora catalã, não era próxima ao futebol. Josep começaria a aficionar pelo *FC Barcelona* por ser o "clube da cidade", e frequentar o estádio aos 14 anos (já nas *gradas*, provavelmente nas formações iniciais do *Boixos Nois*) e com 20 anos se tornaria sócio do clube. Desde então, sempre foi nos jogos, no *Camp Nou* ou viajando com o clube. Era então *hincha radical* na *Penya Creu Sant Jordi* (criada nos inícios de 1990) e frequentava o *gol nord* do *Camp Nou*. Josep disse que a pré-condição para fazer parte da sua *penya/grada* passou a ser o nacionalismo catalanista, fosse ele de direita ou de esquerda:

> ...tienes que ser independentista, ya cada uno de [error] puede tener su opción política, puede ser más del derechas, más del izuierdas, más del centro, más arriba, más abajo, pero lo que es fundamental es ser independentista y eso es lo que nos une: Catalunya y el Barça, y através

> de esto, pues bueno, desde 93 hasta ahora estamos dando guerra o animando al Barça (JOSEP, 2017)[236].

Outro entrevistado foi Jacob, também *hincha radical*, declarando ter 33 anos, ser proveniente da *Penya Sang Culé Cor Catalá* declarou que torcia pelo *FC Barcelona* por tradição familiar, que ia no Estádio desde criança e havia se tornado sócio do clube em 1992 (8 anos). Segundo Jacob, ele fazia parte da *grada/penya Sang Culé Cor Catalá* desde 1996 (o grupo fora fundado em 1991). Segundo ele, este seria um grupo de esquerda, independentista, não violento, frequentariam mais os outros esportes *barcelonistas* (como o basquete ou handebol), e tinham mais ou menos 150 pessoas no seu grupo.

A torcedora Mari, 29 anos, autodeclarada anarquista e independentista, afirmou que era sócia desde bebê do clube, seus pais haviam associado ela, que desde então frequentava quando podia o estádio, mas nunca fizera parte de uma *penya* ou grupo de animação.

Outro torcedor entrevistado (por email) foi Suso de 67 anos, entretanto Suso foi (na verdade) uma exceção em termos de localidade, pois ele nasceu e viveu toda a sua vida na Galícia (noroeste da Espanha), em Modoñedo, segundo ele:

> En el año 1969 comenzó mi pasión por el *FC Barcelona*, recuerdo que mi hermano me regaló una equipación del Barça con el número 7 en la espalda que era la de mi ídolo Carles Rexach. En aquellos tiempos y en un pueblo pequeño era difícil ser del Barça, la mayoría de mis amigos y casi todos los vecinos eran del Madrid. En mi familia recuerdo a mi madre que también era culer [torcedor do *FC Barcelona*], falleció hace dos años y llegó a ser la socia más longeva de nuestra peña con 93 años. Su cuota siempre nos decía que era para tirar cohetes y fuegos artificiales cuando el Barça ganaba algún título. Gracias a Dios disfrutó bastante de su club en sus últimos años de vida. Cuando ya estaba bastante delicada de salud y sabía que había partido antes de acostarme y cuando le iba a desear las buenas noches siempre me preguntaba… ¿Como quedó el Barça? La familia por parte de mi esposa Angela todos son del Barça…mi cuñado, mis sobrinhos [...] No tengo simpatía por ningún otro equipo del mundo, soy fiel al Barça…jajajjajaja [...] Yo soy y seré del barça mientras viva, gane o pierda (SUSO, 2017)[237].

Os relatos são parecidos no que diz respeito a relação torcedor/clube de lealdade *tradicional*. Entretanto, a ligação entre a identidade social do entrevistado não foi a mesma em todos

---

[236]"...tem que ser independentista, e cada um pode ter sua opção política, pode ser mais de direita, mais de esquerda, mais do centro, mais pra cima, mais pra baixo, mas o que é fundamental é ser independentista e isso é o que nos une: Catalunha e o Barça, e através disso, bem, desde 93 até agora estamos na luta ou torcendo pelo Barça".

[237]"Em 1969 começou a minha paixão pelo FC Barcelona, lembro-me que o meu irmão me deu um uniforme do Barça com o número 7 nas costas que era do meu ídolo, Carles Rexach. Naqueles tempos e numa pequena cidade era difícil ser do Barça, a maioria dos meus amigos e quase todos os vizinhos eram do Real Madri. Na minha família eu lembro da minha mãe que também era uma culer [torcedora do FC Barcelona], ela morreu há dois anos e chegou a ser a sócia mais longeva da nosso peña, com 93 anos de idade. Ela sempre nos disse que era para lançar foguetes e fogos de artifício quando o Barça ganhava algum título. Graças a Deus, ela aproveitou muito o seu clube em seus últimos anos de vida. Quando já estava bastante delicada de saúde, quando eu tinha saído antes de ir para a cama ou quando eu ia lhe desejar boa noite, ela sempre me perguntava ... "Como foi o Barça?" A família por minha esposa Angela são todos do Barça ... meu cunhado, meus sobrinhos [...] Eu não tenho nenhuma simpatia por qualquer outro time do mundo, eu sou fiel ao Barça ... hahaha [...] Eu sou e serei do Barça para sempre, ele ganhe ou perca.".

os casos, e isso se tornaria mais plural no que diz respeito às questões políticas.

Entre os memorialistas, tive a oportunidade de entrevistar Xavier García Luque, que além de memorialista (com livros destacados na história do *FC Barcelona*) era também jornalista, declarando vir de uma família de jornalistas e cujo pai seria um grande especialista na História do *FC Barcelona* escrevendo também um livro sobre a história do esporte catalão. García Luque trabalhava no *La Vanguardia* (Jornal de Barcelona) desde 1982, tinha 58 anos e nascera em Barcelona. Disse que escrevia mais sobre o *FC Barcelona* por conta da demanda, mas que gostava da história de outros clubes como o *RCD Espanyol* e mesmo o *Real Madri*. Xavier não se apresentou como torcedor do *FC Barcelona* e sim como jornalista, embora tenha me parecido ser torcedor do clube.

Jordi Finestres, memorialista destacado do clube e assessor de imprensa na gestão Laporta (2008-2010), também foi um dos meus entrevistados, com 42 anos à época. Afirmou que toda sua família era *barcelonista*, que ele vivia em uma cidade próxima a Barcelona e começou a frequentar o estádio por convite de um vizinho que era sócio. Posteriormente, passou a ir com frequência ao estádio, e também sempre assistindo pela TVs ou acompanhando por outros medias. Contou que escreveu um livro sobre o clube quando tinha 23 anos, com um periodista famoso na Catalunha, e desde então sempre esteve produzindo documentários e materiais sobre a história do clube.

Entrevistei, ainda, o Sr. Ramon Termens, empresário do ramo de eletrodomésticos do grupo *Taurus*, com empresas em outros países além da Espanha (inclusive no Brasil). O Sr. Termens era (na ocasião) *Syndic* das *penyes*[238] do clube (já havia trabalhado em cargo semelhante em 2002, na gestão Gaspart), não era um cargo diretivo, remunerado e profissional, mas de suporte e organização na parte social. O Sr Termens, e sua família, eram *barcelonistas* e sócios do clube de longa data.

Finalmente, o ex-presidente Joan Laporta foi também um dos meus entrevistados. Advogado destacado em Barcelona (cidade em que nasceu), declarou ser torcedor e sócio do clube desde criança e de família *barcelonista*, indo com frequência aos jogos e acompanhando ao clube.

> …tío a mí me educaron pequeño, mi padre, sobretodo en barcelonismo y en catalanismo y ser del barça desde muy pequeñito. Porque yo iba, cuando tenía cinco años (me acuerdo) que iba na falda de mi abuelo ver los partidos del futbol y esto claro ver los partidos. Yo iba, me acuerdo, ver los partidos del fútbol a los 10 años. Mi padre me hizo socio, y siempre tuve mucha vinculación con el barça. Muy barcelonista, el fútbol me gustaba jugarlo, decían que no lo jugaba mal y tuve…mi barcelonismo me llevó a quien el ser un aficionado, como todos, socio como todos. Yo era muy cruyffista, porque cuando llego a Cruyff, 73 y 74, los niños

[238]Uma espécie de representante das *penyes* dentro do clube, que ajuda a administrar elas e cuida da relação entre as *penyes* e o clube. Segundo a Revista Barça (2011), este cargo fora criada logo na entrada da diretiva de Sandro Rosell, em 2010, em conjunto com uma série de medidas para repensar o movimento das *penyes no clube.*

> de me edad que tenían 10 o 11 años los cambió la vida (LAPORTA, 2017)[239].

Tal como os torcedores comuns, Jordi Finestres, Ramón Termens e o ex-presidente Joan Laporta exprimiam traços muito próprios do torcedor tipo *tradicional*, ou seja: exibiam forte senso de lealdade e exclusividade em relação ao clube e aos valores que associavam a instituição, ainda que em alguns casos os valores associados ao clube (em termos políticos) fossem diferentes entre eles. A única exceção seria o jornalista Xavier Garcia Luque, que conforme referido apresentou-se mais como profissional e por isso demonstrou uma relação mais neutra e formal com o clube.

Núñez e o "Barça triomfant": menos "política" por mais vitórias...mas o catalanismo cresce

> No alcanzo a compreender el modo en que se gestionaba el Barcelona en aquella época. Siempre de cara a la política, de cara a Madrid, de cara a la marginación, de cara a los árbitros. Yo creí que, si luchábamos con Madrid desde el punto de vista político, estábamos muertos y que solo les podríamos vencer a base de gestión. Por tanto, cambiamos la filosofia del Barcelona (NÚÑEZ Apud PERARNAU, 2011)[240].

Em 1978, Josep Lluís Núñez, um empresário de origens modestas que adquiriu sucesso no ramo da construção (e que representava bem o *boom* imobiliário e especulativo de Barcelona dos anos 1960/1970, também em parte já ligados a movimentos mundiais), assumiria o *FC Barcelona* após a vitória nas eleições daquele ano. Núñez era eleito com 10.532 votos, uma margem de vitória muito estreita para o segundo colocado, Ferran Ariño com 9.537, e o terceiro colocado Nicolau Casaus, com 6.202 votos. O universo de sócios seria de quase 78 mil, com pouco mais de 53 mil com direito a voto, mas apenas 26.487 teriam votado (BARCO, 2015). Aquela era a primeira eleição democrática em que todos os sócios (não apenas os compromissários) podiam participar, após a ascensão do franquismo (1939). Isso era possível porque o país vivia um momento de transformações nas suas esferas políticas, o que permitia a mudança de sistema de eleições nos clubes[241].

Segundo Barco (2015) Núñez, apesar de um ascendente empresário, não fazia parte dos círculos habituais do *catalanismo* e do *barcelonismo*, era desconhecido do sócio médio do clube e era

---

[239]"... rapaz, a mim me educaram desde pequeno, meu pai, especialmente sobre o barcelonismo e o catalanismo, e ser do Barça desde muito pequeno. Porque eu ia, quando eu tinha cinco anos de idade (eu lembro), eu ia no colo do meu avô para ver os jogos de futebol e claro, para ver as partidas. Eu ia, eu lembro, assistir aos jogos de futebol com 10 anos de idade. Meu pai me fez sócio, e eu sempre tive muita conexão com o clube. Sempre muito barcelonista, gostava muito de jogar futebol, e me diziam que eu não jogava mal e tive ... meu barcelonismo me levou a ser um grande torcedor, como todo mundo, um sócio do clube como todo mundo. Eu era muito um cruyffista, porque quando chegou o Cruyff, 73 e 74, as crianças da minha idade que tinham 10 ou 11 anos, e isso mudou suas vidas.".

[240]"Eu não consigo entender a maneira em que se gerenciava o Barcelona aquela época. Sempre enfrentando a política, enfrentando Madrid, enfrentando a marginalização, enfrentando os árbitros. Pensei que, se lutássemos com o Madrid do ponto de vista político, estaríamos mortos e só poderíamos vencê-los com base na administração. Portanto, nós mudamos a filosofia do FC Barcelona.".

[241]Calculava-se que o clube teria 53.688 sócios em condição de votar naquele momento (BARCO, 2015).

frequentemente vinculado a *Alianza Popular*[242] e o *Unión de Centro Democrático*[243] pela mídia. Assim, para vencer passou a declarar-se "apolítico" (mesmo que lhe impingissem associações com partidos da direita da Espanha), perfil que manteve ao longo de sua trajetória, também apesar do estreito vínculo com Joan Gaspart (membro constante no seu quadro diretivo), um reconhecido ativista da *Alianza Popular* (depois *Partido Popular*) além de numerário da *Opus Dei.* Núñez também investiria uma fortuna em sua campanha, recrutando inclusive as estrelas *barcelonistas* então em evidência, Carles Rexach e Johan Cruyff, como cabos políticos[244]. Além disso, em favor de Núñez, houve a desistência ao pleito (que seria muito estranha) do candidato favorito, Victor Sagi. Sagi vinha dos círculos de Augustí Montal (1969-77), teria o apoio da *CiU*[245], e de *Jordi Puyol* (uma figura de forte capital político que viria ser presidente da *Generalitat* entre 1980-2003).

Núñez venceu com os motes "Obrim el Barça" (abrimos o Barça) e "Per un Barça Triomfant" (por um Barça triunfador), o que sugere que havia leituras protagonistas, naquele momento pelos sócios, de que que o clube nem era tão democrático e nem era muito vencedor. Duch (2004), destaca que a primeira estrofe de *El Segadors* trazia a frase "Catalunya triomfant", e poderia ser daí que teria surgido a ideia (e a conotação do slogan), mas o discurso propagado seria mesmo o de um clube "mais empresarial" e, naquele discurso, "menos identitário"[246]. O site do clube destaca que, uma das intenções declaradas de Núñez ao assumir era fazer do clube "uma das maiores instituições do mundo". Xavier García Luque afirma que o discurso de Nuñez era o de aproximar o clube dos seus sócios e de fortalecê-lo economicamente (GARCÍA LUQUE, 2009), e um dos meus entrevistados, Sr. Ramón Terméns (2017), qualificaria este momento como de isolamento o clube de influências políticas, vistas como ruins. Assim, Núñez demarcaria a ascensão, portanto, não só de um novo tipo de empresário no clube que não era ligado ao setor têxtil, mas seu discurso também revelava o *FC Barcelona* como um palco das novidades da globalização, na medida que simbolizava uma troca identitária no clube: sairia a "identidade política", entrando a "identidade do empreendedorismo

[242]Partido conservador, fundado em 1976, considerado um reduto de ex-franquistas. Segundo Duch (2004), a primeira gestão de Núñez tinha, de fato, muito adeptos da *Alianza Popular*.
[243]Coalização de partidos formada em 1977, para conduzir a "transição" democrática na Espanha (1975-82).
[244]Josep Lluís Núñez teria gasto 90 milhões de pesetas no pleito (sendo 1 milhão para Rexach e Cruyff), enquanto que Nicolau Casaus e Ferran Ariño, não chegavam aos 4 milhões. Além disso, Barco (2015), afirma que Nicolau Casaus, candidato associado historicamente as *penyes* do clube, com força nos bastidores do clube e vinculado ao *PSC* (*Partit dels Socialistes de Catalunya*, criado em 1978), teria entrado na eleição para "dividir os votos", possibilitando a vitória de Núñez, o qual se aliou posteriormente na diretiva da agremiação.
[245]*Convergència i Unió*, foi uma reunião de partidos políticos nacionalistas da direita moderada catalã, em 1978, que contavam na sua formação, com a *Convergència Democràtica de Catalunya*, partido de ideologia liberal e centrista criado, em 1974, por Jordi Pujol i Soley (perseguido pelo regime franquista desde 1960) com ajuda de Ferran Ariño, e *Unió Democràtica de Catalunya*, partido criado em 1931 de ideologia democrata e social cristã.
[246]Apesar disso, Duch (2004) afirma que Núñez teve que se "render" ao *catalanismo* (que se fortalecia na sociedade, de forma geral, naquele momento) dentro do clube, e que a sua diretiva, quando procurada, deu apoio para manifestações que envolviam o catalanismo no plano político.

financeiro", que seria uma face do que tratamos como identidades *ethos-trabalho*. Isto em nome de um protagonismo mundial. O historiador professor Carles Santacana destacou que, de fato, o slogan "Per un Barça triomfant" de Núñez remetia ao clube se voltar mais para as questões desportivas do que as políticas, a partir de então. Já Duch (2004), afirma que na primeira diretiva de *Núñez* predominariam figuras ligadas à *Alianza Popular*, mas que a intenção do presidente era fazer dos círculos diretivos um espaço que refletisse a "pluralidade política" da sociedade catalã (ao que parece sentiam-se incomodados com o *catalanismo* no clube). De todo modo, ele logo teria que aí render-se ao *catalanismo*, seja pelo seu reforço que acontecia na sociedade, naquele momento, seja no próprio clube (que refletia a sociedade catalã). Nessa perspectiva, a vitória de Núñez não refletia um "enfraquecimento" do *catalanismo* (na sociedade ou no clube) mas sim, apenas um intervalo (demarcado por um discurso dicotômico) em que ele não estaria tão em evidência nos círculos diretivos do clube, pois aí priorizava-se mais "protagonismo econômico e desportivo":

> La realidad política es que mucha gente pensaba…en 1975 muere Franco, 77 las primeras elecciones democráticas, justo dos meses después viene…se reinstaura la *Generalitat* y viene el presidente que estaba en el exilio de Francia, Josep Tarradellas. Y el 78 [vem] la constitución y el estatuto de autonomía de Catalunya, y a partir del 80 los gobiernos de Jordi Pujol ¿no? La idea…entonces mucha gente creía que la reivindicación política tenía que pasar sobre todo por los partidos políticos, por las instituciones, y que con el nuevo…con la autonomía para Catalunya pues bueno, esto tenía que tener su recorrido más institucional ¿no? Había otra gente que…creía que eso tenía combinarlo con un tipo de acciones más populares ¿no? Pero eran minoritarios. La mayoría pensaba "bueno, se ha acabado 40 años de dictadura, ahora tenemos institución autonómica por lo tanto…" ¿no? Y esto era de alguna manera el lema de Núñez, o sea Nuñez cuando ganó, ganó con el lema "Per un Barça triomfant" [que significava] "por un Barça triunfador" entonces…bueno, eso todo mundo puede estar de acordó, pero en realidad ello lo situaba como un contrapuesto a el "Més que un club", sí, o sea porque en los últimos años del franquismo el Barça había tenido una relevancia social muy grande, pero en cambio deportivamente hasta… a la Liga de Cruyff ¿no? [refere-se a última *Liga* ganha pelo clube em 1973-1974, antes de Núñez] Pero llevaba 14 años sin ganar una liga ¿no? Entonces de alguna manera él vinculaba el…"bueno, si han hecho muy catalanismo de oposición a la dictadura en los últimos años, pero no han ganado casi nada no, entonces ahora ya esto se ha acabado y ahora vanos hacer un Barça triunfador deportivamente" esta era la idea de Núñez, de intentar digamos eliminar cualquier referencia identitaria, incluso cultural casi… en, naturalmente política, relacionado al Barça (SANTACANA, 2017)[247].

[247]"A realidade política é que muitas pessoas pensavam ...em 1975 Franco morre, em 77 acontecem as primeiras eleições democráticas, justo apenas dois meses depois ... se reinstaura a Generalitat e vem o presidente que estava no exílio na França, Josep Tarradellas. Em 78 vem a constituição e o estatuto de autonomia da Catalunha, e a partir dos 80 os governos de Jordi Pujol. A ideia ... então muitas pessoas acreditavam que a reivindicação política tinha que acontecer principalmente através dos partidos políticos, por instituições, e que com a nova ... com a autonomia para a Catalunha bem, isso teria que que ter o seu caminho mais institucional, certo? Havia outras pessoas que acreditavam que isso tinha que ser combinado com um tipo mais popular de ações. Mas eles eram minoria. A maioria pensava "bem, 40 anos de ditadura terminaram, agora temos uma instituição autônoma, portanto ...". E esta foi de alguma forma o lema de Núñez, ou seja, quando Nuñez ganhou, ele ganhou com o lema "Per un Barça triomfant" que significava "Por um Barça vencedor", então ... bom, isso todos podiam estar de acordo, mas na verdade, isso o colocou em oposição ao lema "Mais do que um Clube", ou seja, porque nos últimos anos do franquismo o Barça teve uma grande relevância social, mas não desportivamente, até a Liga dos Cruyff [refere-se à última edição da Liga ganha em 1973-1974, antes de Núñez] Mas até ali não ganhava uma liga há 14 anos. Então, de alguma forma, ele afirmava ... "bem, se fez muita oposição, muito catalanismo de oposição à ditadura nos últimos anos, mas não se ganhou quase nada, então agora isso acabou e agora vamos tornar o Barça vencedor desportivamente" essa foi a idéia de Núñez, de tentar (digamos) eliminar qualquer referência identitária, mesmo cultural... naturalmente política, relacionado ao Barça.".

Pelo equilíbrio dos números de votos, entretanto, essa vitória (e aquela narrativa) não parecia representar uma vontade unânime dos sócios, o que reforça que o *catalanismo* permanecia forte como ideia, e crescia, nos meandros do clube.

Em termos de composição social, o que se percebeu é que Núñez liderava um núcleo de conselheiros que praticamente se manteve o mesmo nos círculos diretivos do clube, até meados de 1990. Nomes como Nicolau Casaus, Francesc Pulido, Joan Gaspart (que depois seria o presidente do clube, em 2000), Guillem Chicote, Francesc Catot, Josep Miralles, Josep Casals, Josep Mussons, Anton Parera, Salvador Alemany, Pere Yufera e Josep Nuñez Jr, seriam vistos invariavelmente fazendo parte da *Junta Diretiva* neste período (ATAS DO FC BARCELONA, 1980-1995). Ao que tudo indica, trabalhavam de forma não remunerada (pois o clube se manteve como associação de caráter não lucrativa) e voluntária, dividindo o clube em algumas funções obrigatórias e definidas pelo próprio estatuto: presidência e vice-presidentes (administração em geral e do futebol), secretario (inventário de sócios, registro de reuniões e implementação de medidas), tesoureiro (entradas e saídas), contador (controle e planejamento contábil) e "vocals" (administravam outras seções do clube e participavam da discussão e decisão no nível diretivo).

Associados e submetidos a eles haveria funcionários, de funções operacionais (áreas diversas), em grande parte, gradualmente mais profissionalizados e especializados no clube, muito embora o professor Carles Santacana (2017), tenha destacado que durante a década de 1980 essa "profissionalização" em termos de especialização em áreas, complexificação do organograma e contratação de profissionais pagos, foi muito restrita, e que o clube, durante esse período, não teria mais do que 40 funcionários. Paralelamente, a gestão do departamento de futebol permanecia também sob os cuidados de Núñez e Joan Gaspart, que passariam a realizar contratações sem uma filosofia clara, seguindo critérios populistas (sobretudo após 1980) para atender anseios da torcida. Dessa forma, não se instaurou um modelo com profissionais do futebol tomando decisões, com a figura de um secretário técnico, o que contribuiria para o desempenho esportivo irregular e insatisfatório daquela época (BARCO, 2015). Esta inflexão, no departamento de futebol do clube, só aconteceria de maneira mais aguda do clube com a chegada de Cruyff, em 1988. Ao longo da década de 1980, também, algumas atas do clube fazem referência a busca de um padrão tático, um estilo de jogo, geral para o *FC Barcelona*[248].

Em termos de desempenho esportivo, ainda, inicialmente também não apresentaria os resultados almejados, e Núñez seria muito contestado por isso (insinuando, inclusive logo após a sua

[248]Cf. Atas do FC Barcelona, entre 1980 e 1990.

entrada, a possibilidade de demitir-se do cargo). Mas, o enfrentamento com a imprensa chegaria ao ponto de o novo presidente organizar sua própria guarda de pessoas, com um grupo de sócios que lhe dava apoio constante, encarregados de abafar qualquer crítica, com métodos hostis como ameaças, insultos e até violência. Este grupo ficaria conhecido como "los morenos", também apontado (por alguns) como o núcleo inicial dos *Boixos Nois* (ATAS DO FC BARCELONA, 1980-1990). Segundo Barco (2015), Núñez, em toda sua trajetória, nunca chegaria a ser um líder efetivamente consagrado pelo *barcelonismo*, sendo inclusive retratado como um elemento conflitante com ele, sobretudo na sua feição *catalanista* (SPAAIJ, 2006). Nesse cenário, teria sido muito pela conquista da *Recopa da Europa* na Basileia (Suíça), em 1979, que Núñez conseguira seguir no cargo (GARCÍA LUQUE, 2009).

Em termos econômicos, a nova diretiva teria proposto, logo de início, medidas de "choque" para estabilizar a instituição. Isso refletiria nas contratações: o clube (nos inícios da gestão Núñez) não levou a cabo a aquisição de jogadores consagrados, pois buscava o saneamento econômico[249]. Segundo levantamento realizado logo que assumiu, o clube teria uma dívida de 900 milhões de pesetas (€ 5,4 milhões). Assim, foram propostas cobranças antecipadas da anuidade dos sócios (inclusive com parcerias do junto a bancos, oferecendo créditos bancários para os aficionados participarem), cobranças antecipadas das vagas estacionamento do estádio, e também vendas de novos camarotes nas tribunas, medidas (em geral) que teriam tido grande êxito (GARCÍA LUQUE, 2009).

O clube também vivenciou nesse período a inauguração do que viria a se tornar o mais famoso como centro de formação de futebolistas no mundo, *La Masia* (outubro de 1979), em um local que anteriormente servia como um espaço de administração do clube, mas que havia ficado pequeno face ao seu próprio crescimento (um casarão atrás do *Gol Nord*, do *Camp Nou*)[250]. Núñez (apud PERANAU: 2011), afirmaria (assim) que a infraestrutura de *La Masia* chegou antes da ideia, pois quando surgiu o propósito era mais básico, como o de fortalecer as estruturas do clube e dar uma formação profissional aos atletas das categorias de base, já que a maioria deles (pelas estatísticas) ou não se firmava como atletas de ponta, ou mesmo depois da carreira, podiam enfrentar dificuldades, como a falta de emprego ou a marginalidade social. Desde então, *La Masia* passaria a abrigar cerca de 60 atletas mais jovens (os mais velhos ficariam em quartos atrás de uma das arquibancadas no *Camp Nou*, e ao longo dos anos com o aumento de jogadores, em apartamentos pela cidade), mas até

[249]Inicialmente o diagnóstico foi de alto endividamento do clube, a ponto da diretiva que entrava e a que saía fazerem um "pacto de silêncio" sobre as contas do clube (BARCO, 2015).
[250]Nessa época o campo de treinamento do clube também parecia ficar ao lado do *Camp Nou*.

1996 o clube trabalharia apenas com jogadores maiores de 16 anos (PERARNAU, 2011)[251]. Duch (2004) destaca que *La Masia* simbolizaria, para os *barcelonistas* catalães, as raízes da catalanidade: pela arquitetura nostálgica daquele casarão de 1702 (própria do mundo rural)[252], um *lugar* de *tradição*, da *família* (construiu-se ali uma escultura do "*L´Avi*": o mascote "Avô" do Barça), onde se vivenciaria a catalanidade "profunda e autêntica", onde os atletas seriam "cultivados", e viriam metaforicamente da "terra", para se transformarem em mitos e heróis na equipe principal. Estava fincado um dos principais pilares de permanência de catalanidade que subsistiria no clube extremamente globalizado décadas depois, justamente numa diretiva que iniciara se declarando "apolítica":

Figura 11 - La Masia, Casarão tradicional catalão

Fonte: Acervo do autor (2018).

[251]A legislação esportiva no Estado espanhol, no período abarcado por essa pesquisa, não autorizava os contratos com jogadores com menos de 16 anos, provavelmente por esse motivo o clube não abrigasse jogadores menores de idade até 1996.

[252]"Masia" ou "Casa Pairal" era um tipo de casarão muito comum na Catalunya Vella (Velha Catalunha, da época medieval), demarcado como um edifício situado no meio de uma grande fazenda, e que representava uma unidade autossuficiente base da sociedade rural catalã. Nesta casa viviam geralmente três gerações (ou mais) de uma mesma família, liderada por um patriarca, cujo patrimônio refletia a prática cultural do l´hereu (transmissão da herança ao filho mais velho, que deveria perpetuar àquela linhagem e aumentar o patrimônio). Nos inícios do XXI, o clube inauguraria a "nova *La Masia*", em um edifício nas cercanias de Barcelona, junto ao grande complexo do novo Centro de Treinamentos: "Ciutat Esportiva Joan Gamper".

Metamorfoses torcedoras e no *Camp Nou*: influências mundiais, novas identidades e catalanidade protagonista

Nos inícios da década de 1980, ocorreria a primeira ampliação efetiva do *Camp Nou* após sua inauguração, que aumentaria sua capacidade de pouco mais de 90 mil torcedores para cerca de 120 mil pessoas (ESTADELLA, 1998). Isto se deu a partir de modificações no terceiro anel de arquibancadas (com preocupações artísticas na nova arquitetura, que seguiam o projeto original de Francesc Mitjans), aproveitando-se a ocasião da realização da Copa do Mundo na Espanha em 1982, evento em que o estádio seria a sede de abertura. Houve, também na ocasião, construção de camarotes, salas VIPs, sala de imprensa, troca do placar eletrônico e outras novidades, preocupadas com a otimização da sua capacidade comercial e a *conectividade* com torcedores e as mídias. A ampliação do estádio acontecia em um momento em que as dívidas da sua construção terminavam de ser pagas, e uma nova proposta de financiar o clube (atraindo novos sócios) era colocada, com vistas já a um protagonismo mundial (ESTADELLA, 1998). A reforma no *Camp Nou* foi realizada, também, com auxílio de uma instituição bancária e o investimento antecipado dos próprios sócios. Ao longo das obras, houve denúncias de desvio de dinheiro e favorecimentos (BARCO, 2015):

Figura 12 - Foto aérea do Camp Nou em reformas visando a Copa de 1982

Fonte: site do clube (2018).

Essas reformas acompanhariam um incremento de mais ou menos mais 30 mil sócios (grande maioria da Catalunha) para o clube e provocaria um crescimento econômico exponencial (o sócio era a fonte de receitas primordial para os clubes, época em que outras fontes como as TVs, ainda estavam se desenvolvendo). Este incremento de sócios daria suporte financeiro nos anos seguintes, e ajudaria o clube a obter crescentes superávits econômicos ao longo da década (GARCÍA LUQUE, 2009), se destacando mais dos outros clubes no contexto espanhol ou europeu (nessa época o clube chegaria a ser considerado o clube com mais sócios no mundo). É curioso atentar que as *penyes* também aumentavam já nesse período (ver tabela 20), o que sugere que o aumento da massa social do clube

era um processo mais amplo. Por outro lado, desde aí (na gestão Núñez), o papel dos sócios na vida do clube (seja em termos econômicos ou políticos) iria paulatinamente ser menos influente embora ainda protagonista (SPAAIJ, 2006).

Ainda em 1981 surgiria no *FC Barcelona* os chamados *Boixos Nois* (algo como "os caras loucos"), primeiro grupo nos moldes *ultras* a aparecer no clube, e um dos pioneiros na Catalunha e Espanha. Segundo o professor Carles Santacana (2018)[253] o ex-jogador e aficionado Josep Tortosa, seria um dos pioneiros em propor uma forma mais animada de torcer no *Camp Nou*, e inclusive seria referência simbólica para os *Boixos Nois* (*BNs*), entretanto a relação entre eles não seria clara e representariam mesmo formas diferentes de torcer. Barco (2015), por sua vez, afirma que o grupo nasceu de um núcleo de torcedores arregimentados como "protetores" de Núñez ("los morenos"), mas há outra versão em que os *Boixos* surgem hostis ao Núñez (pela sua falta de "catalanismo") e se enfrentam com a guarda pessoal daquele presidente (SPAAIJ, 2006). De todo modo, este grupo torcedor seria beneficiado (em seu crescimento) por promoções e distribuição de ingressos em escolas de Barcelona, a jovens e adolescentes. Os *Boixos* teriam como um dos objetivos centrais animar a equipe e o estádio, considerando o estigma e tradição de pouca festa entre a torcida no *Camp Nou*[254]. Eram inspirados pela cultura *ultra* (cores e performances) e o torcer sem limites de paixão (SPAAI, 2006).

A Copa de 1982 seria altamente indutora de uma nova forma de torcer na Espanha. Na ocasião, os *Boixos* entrariam em contato com *torcedores* brasileiros, *ultras* italianos, *hooligan* ingleses e os *tartan army* escoceses, e sofisticariam a sua organização e performances. A *conectividade* (contato com outras formas de torcer pela Europa através de viagens e pelas mídias) foi um fator fundamental para sua ascensão, organização e seu desenvolvimento. O seu símbolo principal, um *Bulldog*, era (por exemplo) de inspiração inglesa. De modo geral, as expressões identitárias da cultura dos *Boixos* revelavam uma complexidade grande e uma gama variada de influências e *hibridações identitárias* que se combinavam em boa parte muito com o *catalanismo independentista* (então minoritário na sociedade catalã), num primeiro momento. Ao longo dos anos ficariam cada vez mais conhecidos tornando-se uma das referências torcedoras na Espanha e na Europa atingindo, na temporada 1983-84, 700 participantes em pleno crescimento (mas uma minoria

[253]Entrevista por e-mail com o professor Carles Santacana, setembro de 2018.

[254]Duch (2004) afirma que a torcida do FC Barcelona no estádio é historicamente pouco barulhenta, muito exigente e costumaria ver o jogo de forma bastante dramática. Nos clássicos com o *Real Madri* ou o Espanyol (ou jogos importantes), isso se reverteria. Esta última opinião foi muito partilhada entre os meus entrevistados em Barcelona, e esse ambiente de "quietude" teria permanecido. As explicações geralmente apontavam para razões culturais (o catalão seria mais fechado e menos efusivo). A *Revista Barça,* de dezembro de 2005, também traz essa questão. Sob o título "Per que no canta el Camp Nou", afirmaria que entre as razões possíveis estaria a média de idade do público assistente (49 anos), a média (alta) do perfil econômico destas pessoas e possivelmente até a arquitetura do estádio (grandioso, como um teatro gigante).

em relação aos outros torcedores no estádio), tendo admiração e rejeição inicial por diferentes setores da comunidade culé (SPAAIJ, 2006). Um periodista na primeira metade da década de 1980, reportando-se aos *Boixos*, afirmava que antes da bola rolar no *Camp Nou* o grupo já havia exibido *Senyeras*, pedido a independência da Catalunha, exaltado o *Terra Lliure*[255], insultado a polícia o *Real Madri* e a Espanha. Surgiram atrás do *gol sur* do *Estádio Camp Nou.* mas teriam mudado de locais ao longo da sua história. Em meados de 1980 já tinham carteirinha de filiados, relações públicas e escritórios fora de Barcelona (SPAAIJ, 2006).

Em termos políticos, inicialmente os *Boixos Nois* teriam dois grupos principais: os *Super Boixos* (fundadores) e outros vinculados ao nacionalismo catalão mais à esquerda e independentista (tendo ligações político-partidárias com *Front Nacional de Catalunya*) (VIÑAS, 2005). Os *Boixos* exibiriam as primeiras *esteladas* (ver figura 5) vistas no estádio no pós-franquismo, numa época em que o separatismo era uma opção minoritária na sociedade catalã devido a ascensão do modelo democrático (a chamada *transição democrática* de 1975/1982) e de *Comunidades Autônomas* no Estado espanhol, em 1978.

Essa vinculação inicial dos *Boixos Nois* com a esquerda era, na verdade, também não muito consistente e uma exceção na cultura *ultra* que ascende na Espanha. O panorama, segundo Carles Viñas, seria que durante muitos anos, a esquerda (desde Franco) enxergava o futebol como um evento alienante por isso não se ocupava dele, e isso permaneceria também nos inícios do pós-franquismo[256]. Por isso, os *torcedores radicais* na Espanha que surgem na década de 1980, tomam mais uma feição direitista, quadro em que os *Boixos* inicialmente constituíam uma das exceções. Ademais, afirma Viñas (2005, 2006), inicialmente esses grupos *ultras* na Espanha também exibiam, confundiam e misturavam vários símbolos de ideologias antagônicas. Nesse sentido, os *Boixos Nois* demarcariam sua irrupção e atividades iniciais, sobretudo através de eventos de rebeldia e transgressão, influenciados pelas subculturas jovem disseminadas pela Europa (como o *punk,* o *mod* e o *heavy*) características comuns também aos outros grupos de *hinchas radicales* que adentravam com força na Espanha, na época. Assim, em que pese a sua citada referência política, o fator político figurava mais

[255]Organização de ideologia marxista-leninista (considerada terrorista pelo Estado espanhol), pela independência da Catalunha (e "países catalães"), surgida durante a chamada "transição democrática" na Espanha, em 1978. Abandonariam a luta armada em 1991, e dissolveriam-se em 1995, alguns migrando para a *Esquerra Republicana de Catalunya* (*ERC*) – esta fundada ainda em 1931, e de orientação social-democrata, sendo pela independência dos "países catalães". A Terra Lliure seria formada a partir de l´Exercit Popular Català (EPOCA), fundada em 1969 e a primeira organização armada que lutaria pela independência catalã (e dos "países catalães"). Outra base da fundação da Terra Lliure seria o Partit Socialista d´Alliberament Nacional dels Països Catalans (PSAN), de inspiração comunista e idenpendentista, criado em 1967 a partir da fragmentação da ala mais à esquerda da *Front Nacional de Catalunya* (*FNC*), uma frente patriótica catalã fundada ainda em 1940, e convertido a um partido político em 1946.

[256]Por outro lado, a esquerda ao longo da década de 1980 começaria a se preocupar com o futebol e com a música, áreas crescentemente ocupadas pela direita logo-após a ditadura.

de forma superficial (para maioria dos membros) e mais por provocar notoriedade, espetacularização (esses atos "transgressores" tinham ampla ressonância midiática e sensacionalista na época), enfim fornecer algum *status* social. Além disso, haveria heterogeneidades no interior grupo que provocariam sua futura fragmentação e rearranjo num momento brevemente posterior. Paulatinamente a violência, e a oposição a outros grupos *ultras* (com destaque para as *Brigadas Blanquiazules*) passariam a demarcar seus principais elementos de coesão, já sob forte influência do *hooliganismo*.

A torcida na Catalunha, na década de 1980 (mas também em partes da Espanha, que podiam acompanhar cada vez mais o clube pelas TVs) seria ainda o núcleo principal de aficionados do clube, que representariam o tipo *tradicional* de torcedor (entre sócios, *penyes* e *ultras*), com forte destaque para o *catalanismo* (que se reforçava) moderado (entre os torcedores catalães) e às vezes um "apoliticismo" (sobretudo os de fora da Catalunha) embora o simbolismo político do *FC Barcelona* permanecesse forte e conhecido naquele momento, mesmo entre os simpatizantes. O memorialista Jordi Finestres destacou que a recatalanização pós-franco teve no Barcelona um destacado ícone de referência. O jornalista Xavier García Luque (2017) lembrou que o *FC Barcelona* tinha muitos torcedores, simpatizantes (2º time) e *penyes* por toda a Espanha, já desde antes dos anos 1980. A torcida do *FC Barcelona*, nesse momento, permanecia envolvida pelo *catalanismo*, ainda que metamorfoses identitárias começassem a reconfigurá-la em várias formas, segmentá-la mais e mesmo expandi-la.

"Barça não triunfante": mas ricos, midiáticos e ainda com *camisa limpa*

Núñez disputaria duas eleições mais, ao longo da década de 1980, as quais não teria candidatura oposicionista. Em 1981, convocou eleições antecipadamente (ao que parece antes de entrar em vigor o novo estatuto), o que lhe permitiria manter-se na presidência até 1984 (quando seria aclamado novamente), com o suporte de 8.556 sócios, quando precisava apenas de 2.189 firmas. Tal situação sugere que Núñez tinha mais aprovação entre os *barcelonistas* (muito devido a estabilização econômica), do que críticas. Em 1981, aprovou-se um novo estatuto, pelo qual o clube já não era mais submetido à *RFEF* para eleger seus membros, confirmando-se também que os sócios votavam e podiam ser votados diretamente para presidente (para ser sócio era necessário ser apresentado por dois sócios antigos) e eram representados nas assembleias gerais pelos "sócios compromissários" (ESTATUTO DO CLUBE DE 1981, 1981).

O clube passaria a ter seguidos superávits econômicos, muito devido a referida ampliação do *Camp Nou* e a adesão de novos sócios (mas também pelos novos contratos ascendentes de TVs,

ainda estatais e as novas, da *Comunidade Autônoma*). O *modus operandi*, e o modelo organizativo da sua gestão parecia seguir o mesmo, com destaque ao papel protagonista, que o presidente passou a exercer na cobrança (e enfrentamento às TVs, ainda estatais) de valores referentes ao direito de transmissão das partidas, cada vez mais crescentes (SANTACANA, 2017). A Liga 1983-1984, por exemplo, não foi transmitida pelas TVs devido a um conflito entre os clubes e as TVs sobre valor dos direitos de transmissão, com Núñez a frente do grupo dos clubes. As receitas crescentes (e aí inclui-se das TVs e já alguns patrocinadores) permitiram o clube fortalecer seu patrimônio e começar a contratar jogadores midiáticos com frequência, seja na Espanha ou mesmo fora dela. Ascende, assim, paulatinamente um *FC Barcelona* cada vez mais midiático, e "cosmopolita" (em termos de atletas).

Nessa perspectiva, por essa época, o clube passaria a investir em jogadores de referência (pelo acúmulo financeiro e pela demanda de títulos). Ao longo desse período, jogadores como o inglês Allan Simonsen (1979-83), o espanhol Quini[257](1980-84), o alemão Bernd Schuster (1980-88) e o argentino Maradona (1982-84) seriam incorporados pelo clube blaugrana (*FC Barcelona*) por intermédio de altas somas financeiras (além de técnicos consagrados internacionais, como Udo Lattek ou Cesar Menotti). A década de 1980 seria demarcada, segundo o museu do clube (2017), pela ascensão de contratos milionários com jogadores

A partir da temporada 1981-1982 o clube passa a ter seu primeiro patrocinador esportivo[258], e as camisas fabricadas pela empresa catalã *Meyba* (que também fabricaria o uniforme do *RCD Espanyol* no ano seguinte). Segundo Martins[259] a escolha não era ao acaso. *Meyba* era uma empresa da Catalunha, destacada no mercado têxtil desportivo de esportes minoritários, na região, e simbolizaria uma aproximação entre o clube e a região (embora a gestão Núñez se caracterizasse mais por "afastar" o clube da "política"). O professor e historiador Carles Santacana (2017), rememorou o período destacando que a marca *Meyba* era uma empresa catalã que repercutia apenas no mercado espanhol. Naquela época, o clube teria propostas das alemãs *Adidas* e *Puma* (e já havia outras empresas de referência nesse ramo que poderiam ser buscadas, como as inglesas *Umbro* ou *Admiral*, a italiana *Kappa* ou a francesa *Le Coq Sportif*), mas manteria os laços com a empresa catalã até 1992-1993. A busca de patrocínio do clube por uma empresa de materiais esportivos também tinha relação com a contratação milionária (a mais cara do futebol mundial de então) do jogador já consagrado mundialmente (e tido como o melhor do mundo) Diego Armando Maradona, realizada em 1982, pois

[257]Quini seria sequestrado em 1981, após uma partida do FC Barcelona, evento que provocaria o abatimento do plantel e tido como um dos motivos da perda da Liga daquele ano.
[258]Segundo Marfà e Llimós (2019), antes da *Meyba* a fábrica *Monthalt* fabricava os uniformes do clube, mas sem estampar a marca nas camisas.
[259]Cf. http://www.futebolmagazine.com/meyba-os-anos-do-fc-barcelona-mais-catalao Acesso em: 04 fev. 2018.

era uma forma do clube dispor de fundos para tal. Nas atas do clube, a contratação do jogador é defendida numa comparação que sua qualidade seria como a de Pelé.

Figura 13 - Camisas feitas pela Meyba, na década de 1980

Fonte: Camisetas Sport Club (2018).

O que se percebe, em relação as camisas, é que ao longo dos anos 1980 o clube lança mais camisas, inclusive o primeiro terceiro uniforme, com modelos inovadores: uma camisa toda em azul (um tom mais claro), uma camisa toda em grená, e uma camisa toda amarela (a primeira usando essa cor seria na temporada 1978/1979). Esses novos modelos, e o seu lançamento com mais frequência, já refletiam uma tendência de gerar receitas com a venda de camisas, seja para o clube ou para a marca esportiva, promovendo a identidade *consumo*, sobretudo entre os torcedores *tradicionais*.

Outros patrimônios foram agregados ao clube nesse momento: em 1982 se entregaria o *Mini Estádi* com capacidade para cerca de 16 mil torcedores, construído numa quadra ao lado do *Camp Nou*, destinado a ser a casa da equipe B do clube. Em 1984, o clube criaria a primeira versão do seu museu, anexo ao Estádio *Camp Nou*, que passaria por reformas e remodelações ao longo dos anos, e acabaria se tornando o museu mais visitado da Catalunha, atraindo um grande número de turistas a partir da década de 1990[260]. Vale destacar que o museu também passou a ser decorado também com obras de arte de vários artistas catalães, o que reforçava sua relação com a Catalunha e com a cultura local, e o simbolismo do clube como associado ao mundo da arte.

[260]Em 1984 o museu recebera cerca de 20 mil pessoas; em 1990 seriam cerca de 280 mil, enquanto que a partir de 1999 seria sempre mais de 1 milhão de visitantes, chegando a atingir quase 1,4 milhões em 2007 (REVISTA BARÇA, 2007). O professor e historiador Carles Santacana destaca que o Camp Nou já era um monumento que atraía turistas (em medida muito menor) desde que foi construído, em 1957 (REVISTA BARÇA, 2010).

Desportivamente, o clube perderia a *Liga* de 1981-1982 de uma forma considerada desastrosa para a equipe basca *Real Sociedad*, pois o *FC Barcelona* vinha na liderança e perderia jogos nas rodadas finais, inclusive com uma derrota em casa por 3 a 1, para o rival regional, o *RCD Espanyol* (OLIVA, 2017). Antes de finalizar a temporada 1982-83 na *Liga* (o clube ficaria em quarto), o técnico Lattek deixaria o clube por conflitos com Schuster e Maradona, assumindo Cesar Menotti (argentino), com a ideia de que poderia melhorar o rendimento do craque argentino. Na temporada 1983-84, Schuster e Maradona sofreriam lesões e ficariam boa parte do período fora da equipe. No caso do argentino, este seria vendido, ao fim da temporada, ao Napoli da Itália (com a sua anuência), após um balanço negativo do seu rendimento, da sua lesão no tonozelo e da própria adaptação do jogador ao clube (GARCÍA LUQUE, 2009).

A trajetória da gestão Núñez, em que pese os seguidos balanços positivos, ao longo da década de 1980, seria marcada pela percepção de falta de conquistas esportivas, nos círculos do clube. Se o clube trocara o "político" pelo "econômico", o "econômico" não teria trazido as pretensões esportivas desejadas entre a comunidade *blaugran*a. Segundo García Luque:

> La primera temporada de Núñez mostra claramente el que será la tònica dominant dels seus primers deu anys de presidencia. L`engradiment patrimonial será tan constant com el desconcert esportiu. En el primer mandat presidencial, de només três anys, cap entrenador acabarà la temporada. De fet, entre 1978 i 1988 el Barça tindrá vuit entrenadors, dels quals només tres completaran almenys un exercici sencer. Tot això amb et balanç d`una Llida, dues Recopes i tres Copes del Rei, a part d´altres trofeus menors i dels èxits en les seccions del club (GARCÍA LUQUE, 1999:172)[261].

O professor Carles Santacana (2017) afirmou que, a partir dessa época, de forma crescente, quando se criticava que o clube não tinha bom desempenho esportivo, a gestão Núñez destacava o crescimento patrimonial que estava realizando (cuja reforma do estádio, a construção do *Mini Estádi*, contratos de tv e aumento de sócios se destacavam). Assim, sua gestão reiterava a imagem e a *identidade* de um modelo pautado pelo empreendedorismo, uma face do *ethos-trabalho*. A questão de crescimento e fortalecimento patrimonial, como legado na gestão Núñez, aliás, foi um tema comum nas memórias de boa parte dos entrevistados, como (por exemplo) pelo Sr. Termens, e os *hinchas* Josep e Jacob. Núñez, nesse contexto, frequentemente ressaltaria que era aquele crescimento econômico (liderado por ele) que permitia que o *FC Barcelona* se desse ao "luxo" de manter a camisa

[261] A primeira temporada de Núñez mostra claramente qual será a tônica dominante de seus primeiros dez anos de presidência. A herança do patrimônio será tão constante quanto a do esporte, inexpressiva. No primeiro mandato presidencial, em apenas três anos, nenhum técnico terminará a temporada. De fato, entre 1978 e 1988, o Barça terá oito treinadores, dos quais apenas três completarão pelo menos um ano completo. Tudo isso com balanços positivos, duas Recopas e três Copas do Rei, além de outros troféus menores e os sucessos nas seções do clube.

"limpa" de patrocínios[262]. Ou seja, se o "econômico" não permitia ainda ser "vencedor", permitia a manutenção do "manto" *blaugrana* (*barcelonista*) e catalão "puro", *original*, consagrando as virtudes *barcelonistas* e catalãs, em meio a um universo de clubes que passavam a "manchar" suas camisas com patrocínios comerciais, o que já revelava uma complexo *encaixe* entre o *moderno* e o *tradicional* por meio dos emblemas do clube:

> …el fútbol estaba cambiando mucho como negocio, entonces Núñez se hizo fuerte y, yo creo que todo mundo lo reconoció, que era una persona empresario de la construcción, que él trasladó su idea de empresario al Barça. Por ejemplo, la cuestión de los derechos de televisión hasta ese momento si transmitía muy poco partidos entre [error], porque tecnológicamente era complicado ¿no? y la televisión en España, solo había una televisión durante la dictadura franquista. Una que era la oficial, entonces esa televisión oficial daba los domingos un partido. Yo recuerdo de pequeño, domingo las ocho de la noche, cada domingo en blanco y negro naturalmente ¿no? Y como quiera televisión oficial de gobierno no pagabas derechos a nadie, de hecho ni los clubs pensaban que tuvieron derecho ¿mi entiende? Eso no estaba mentalmente. En cambio, a partir de mediados de los 80, si ha autorizado las televisiones privadas (…) las primeras fueron *Antena 3* y *Telecinco* creo que es 84, 85, y el 83 si puso marcha, son televisiones oficiales pero de canal autonómicos, si puso marcha TV3. Entonces eso quiso decir, eso quiso competencias por ofrecer los partidos de fútbol, además ya había televisión en color era más atractivo y entonces Núñez, y no solo él, los presidentes de club españoles en general, claro, empezaron a ver que la televisión pudiera ser una fuente de dinero ¿no? Porque hasta eso momento, los presupuestos del Barça, pero de la mayoría de equipos, era simplemente los ingresos. Eran la taquilla, la gente que había pagado la entrada y los carnés de socios y incluso, es curioso ahora, la expresión que utilizaban, decían: "pues el presupuesto este año, hemos tenido, es igual no, tantos ingresos por carnés de socio, tantos ingresos por venta de entradas…" Y después decían: "…y un 4%, 5%, lo que sea", decían "…ingresos atípicos", "atípicos" o sea no típicos que eran por publicidades varias publicidades en el campo. Era un porcentaje ridículo ¿no? Ahora es justo al revés, o sea lo que es la parte pequeña son los socios (…) pero en aquel momento era, o sea… hacían dinero el día que tenían la recaudación de las taquillas y el día que ingresaban los carnés de socio (SANTACANA, 2017)[263].

---

[262]Sobre os patrocínios comerciais, destaca-se que o clube nunca teve, até 2010, um patrocinador no seu uniforme (desde 2006 houve a Unicef, que não era um patrocinador comercial). Salvo uma ocasião em 1988-1989 de uma marca denominada Jael em um "segundo" uniforme, a qual não se pode obter mais informações a respeito. Houve ainda, duas campanhas contra drogas em 1992-1993 e 2000-2001, que ao que tudo indica aconteceu em camisas de vários clubes espanhóis nessas temporadas.

[263]"... o futebol estava mudando muito como negócio, então Núñez se tornou forte e, eu acredito que todo mundo o reconheceu, que ele era um empresário da construção, e que ele transformou sua ideia para um empresário do Barça. Por exemplo, a questão dos direitos televisivos até então se transmitida poucos jogos, porque era tecnologicamente complicado. E a televisão na Espanha, havia apenas uma televisão durante a ditadura de Franco. Uma que era a oficial, então essa televisão oficial dava um jogo aos domingos. Lembro-me de pequeno, domingo às oito da noite, cada domingo em preto e branco. E uma vez que era a TV oficial do governo, ele não pagava direitos a ninguém, de fato nem os clubes pensavam que tinham direitos. Isso não se pensava. Por outro lado, a partir de meados dos anos 80, autorizou-se as televisões privadas (...) as primeiras foram Antena 3 e Telecinco (acredito que isso em 84, 85), e 83 se levou à cabo...eram canais oficiais, mas de canais autonômicos, e se instaurou a TV3. Então, isso significaria que haveria condições para oferecer partidas de futebol também, além disso já havia televisão em cores, o que era mais atraente e, então Núñez, e não apenas ele, os presidentes de clubes espanhóis em geral, é claro, começaram a ver que a televisão poderia ser uma fonte de dinheiro. Porque até aquele momento, os orçamentos do Barça, e da maioria das equipes, era simplesmente de ingresso de partidas. Eram a bilheteria, as pessoas que tinham pago entradas e carnês de sócio e inclusive, é engraçado agora, a expressão que utilizavam, diziam: 'Para o orçamento deste ano, nós tivemos, 'tantas' receitas por carnês de sócio, 'tantas' receitas pela venda de entradas'... e, em seguida, eles declaravam:' ... e 4%, 5%'... ou o que fosse, diziam '... por receitas atípicas', 'atípicas' , ou seja, que não eram típicas, que eram por publicidades, várias publicidades em campo. Era uma porcentagem ridícula. Agora é exatamente o oposto, ou seja, a parte pequena é proveniente dos sócios (...), mas naquela época era, ou seja ... se fazia dinheiro no dia em que recolhiam as bilheterias, e o dia que se pagavam os cartões de sócio".

> El presidente Núñez, él hacía causa de que el Barça no llevaría nunca publicidad y eso era casi como se convirtió como un signo de distinción: “nosotros no vamos a manchar la camiseta con la publicidad” (…) porque llamaba mucho la atención o sea, él…esto era como él vendía porque él era capaz de hacer una gestión económica tan fantástica que no necesitaba manchar la camiseta, vender la camiseta (…) Núñez en eso fue muy duro, por ejemplo no permitió a las cámaras de algunas cadenas entrar en el estadio cuando estaba negociando esto. Y bueno, tenía muchas críticas pero si mantuvo firme y entonces, y al final, el de hecho fue de los quien lideró al conjunto de clubs para conseguir al dinero. Entonces el vendía que era un empresario agresivo en esto sentido, y ha conseguido dinero y no hacía falta sponsor para la camiseta (SANTACANA, 2017)[264].

Vale destacar que, nesse processo, ao mesmo tempo em que as receitas do clube cresciam, alteravam também a sua composição: de uma base percentual baseada nos carnês de sócios ia sendo substituída por uma base percentual maior de receitas televisivas, como fonte principal, além do crescimento de alternativas, alavancadas pela publicidade. Nesse processo, o clube negociaria sempre de forma individual seus direitos (modelo na Espanha até 2015), seja com TVs nacionais (a estatal *RTVE* ou as privadas a partir de 1988), seja com as autônomas, como a *TV3* catalã, que passou a representar aportes importantes no clube já na década de 1980.

Ainda ricos, midiáticos e de *camisa limpa*: mas ainda perdedores

Na temporada 1984-1985, o clube contrataria como técnico (um ex-jogador) já consagrado, o inglês Terry Venables, que venceria a *Liga* pela primeira vez na gestão Nuñez: seria a 10ª *Liga* do *FC Barcelona*, finalmente após 11 anos depois da última conquista (na temporada 1973-1974, a *Liga* de Cruyff). Ainda em 1984, novamente Núñez, seria reeleito sem candidatura opositora, ao que parece beneficiado pela vitória na *Liga* e pelos lucros no balanço financeiro do clube. Nos círculos diretivos a narrativa do crescimento econômico, da “camisa limpa”, e aquela conquista pontual, pareciam chancelar o modelo de Núñez para sua continuidade. Naquela ocasião, ele dispôs de 17.326 avais de sócios, quando precisava de apenas 2.645. Por outro lado, uma oposição já começava a se construir contra o empresário vindo da construção.

O clube seguiria trazendo jogadores consagrados internacionais (e considerados caros), como os ingleses Mark Hughes e Gary Lineker (temporada 1986-1987, por 1,8 e 2 milhões de libras

[264]“O presidente Núñez, ele fazia propaganda de que Barça nunca levaria publicidade e isso quase que se tornou um sinal de distinção: "nós não vamos manchar a camisa com publicidade" (...) porque isso atraia muita atenção, ou seja ele ... era assim que ele vendia, porque conseguiria fazer uma gestão econômica tão fantástica que não precisaria manchar a camisa, vender a camisa (...) Núñez foi muito duro nisso [tvs], por exemplo ele não permitiu que as câmeras de alguns canais entrassem no estádio quando ele estava negociando. Bem, ele teve muitas críticas, mas foi firme e então, já ao final, ele de fato foi quem liderou o conjunto de clubes para conseguir o dinheiro. Então ele vendia que ele era um empresário agressivo nesse sentido, e ele conseguira o dinheiro e podia abrir mão de um patrocinador para a camisa.”.

respectivamente): uma indicação do técnico inglês Terry Venables (ROZAS, 1986), e para readequar os estrangeiros na equipe (não ultrapassar o limite de dois estrangeiros), negociando o alemão Bernd Schuster.

Já na temporada 1985-1986, e 1986-1987 retornaria a percepção de escassez de títulos, com o destaque para a perda, nos pênaltis, da Copa da Europa, na final, contra uma equipe vista como muito inferior: o *Steua Bucaresti*, da Romênia, jogo disputado em Sevilha na Espanha. O episódio foi relembrado, por um dos meus entrevistados em Barcelona (Josep, dos *Creu Sant Jordi*), em termos sarcásticos e simbolizando um absurdo na história do clube. O clube já havia chego e perdido outra final do torneio ainda em 1960-1961, para o Benfica de Portugal (após eliminar o então pentacampeão do torneio, o *Real Madri*). Sobre aquela final, disputada em Sevilha, e que movimentou o deslocamento de cerca de 60 mil *barcelonistas* (DUCH, 2003), afirmaria Barco: "Fue posiblemente la mayor decepción deportiva de la historia del barcelonismo. La ansiada Copa de Europa parecía maldita para las huestes *barcelonistas* y la decepción no podía ser mayor con las caras llorosas de los aficionados en la grada." (BARCO, 2015: 313)[265].

Violência, Skins e fragmentações na torcida: *híbridos* de um *catalanismo* da direita à esquerda, mas um *catalanismo* minoritário

Segundo Josep, na década de 1980 quando começou a ir ao estádio não havia violência (embora já desentendimentos): isso aconteceria mais entre os *hooligans* ingleses. Naquela época, as torcidas não seriam separadas por algo mais que uma corda, entre elas, mas depois começou um período de muita violência. Seria, de acordo com as suas lembranças, a partir da tragédia de Heysel que teriam começado as medidas de transformação dos estádios mais acentuadas. O crescimento da violência no futebol parecia ser um problema disseminado na Europa ocidental, ou pelo menos a percepção era essa naquele momento

Após a tragédia de Heysel em 1985 (mas também por confusões locais), a diretiva do Barça instalaria câmeras no *gol sur* e retiraria apoio aos *Boixos Nois*. Restringiria seu espaço, proibiria alguns materiais (como foguetes ou bandeiras com paus, que permaneceriam) colocaria grades para subdividir a *grada* e evitar avalanches humanas no espaço ocupado por eles. O poder público também passaria a infiltrar agentes à paisana no interior do grupo (VIÑAS, 2005), mas a violência permanecia como problema. Nessa época houve fragmentação dos *Boixos Nois* (encontrei alguns relatos de um

[265] "Foi possivelmente a maior decepção esportiva da história do barcelonismo. A cobiçada Taça dos Campeões Europeus parecia uma maldição para o FC Barcelona e a decepção não poderia ser maior, com os rostos chorosos dos torcedores nas arquibancadas .".

breve desaparecimento), surgindo os subgrupos *Supporters Barça, Blaugranas Sud*, *Anarkos Sud, Gamper Nois* e os *Cél-lules Blaugranes*, estes vinculados ao *Moviment de Defensa de la Terra* (MDT)[266] independentistas de esquerda (movimento minoritário no campo político catalão) e que possivelmente concentrariam a maior parte dos *Boixos Nois* (que logo depois retornariam ao grupo original dos *Boixos*) (ULTRAS-TIFO, 2010) . Paralelamente, os movimentos *ultras* viviam uma onda de metamorfoses na Catalunha e Espanha, influenciadas pelas subculturas musicais e tribos urbanas, que percorriam um circuito transnacional, de ligações por toda Europa ocidental. Embora fosse um fenômeno que conformassem uma gama de *identidades* de forma complexa e híbridas de várias formas, a *violência*, os símbolos de masculinidade e os valores políticos (na verdade) mais superficiais (porque mais incorporados da cena cultural citadina) passariam a protagonizar-se como os elementos centrais de coesão (pois representavam muitas vezes busca de *status* e não do *pertencimento*), a partir de meados de 1980. Nessa perspectiva, ascendia um *hooliganismo* cada vez mais de extrema direita (embora houvesse, também, grupos de esquerda). Assim, na segunda metade da década de 1980, haveria o desenvolvimento da estética *skin*[267] (cabeça raspada, botas militares, cintas destacadas, camisa de grupos musicais *heavy* e munhequeiras de couro) nas *gradas*, caracterizando-se pela crescente beligerância e radicalidade entre elas. Isso começou a representar para os *Boixos* (mas também para outros grupos de *hinchas radicales* alinhados aos nacionalismos periféricos), inicialmente mais alinhados à esquerda, maiores enfrentamentos com vários grupos de *hinchas radicales* na Espanha, que passaram a se aproximar do *ultradireitismo* espanhol e por isso se indispor com eles (VIÑAS, 2005). Por outro lado, ao longo desse processo, o *ultradireitismo* também iria se inserir no interior dos *Boixos Nois* (o que reconfiguraria suas alianças dentro do universo *ultra*). Numa primeira fase se instituiria o *catalanismo* de extrema direita nos *Boixos Nois* (inclusive em antigos militantes de esquerda, do próprio grupo), expresso pela estética *skin*. Nessa época os *Boixos Nois* passariam a frequentar o terceiro nível da arquibancada, atrás do *gol sur* no *Camp Nou* (REVISTA PANENKA, 2016)[268] (embora haja relatos que alguns insistissem permanecer no primeiro

[266]Movimento independentista de esquerda marxista surgido nos inícios da década de 1980. Estava ligado PSAN, um partido independentista de inspiração comunista, surgido em 1968 e que cindia-se como a ala mais à esquerda do *Front Nacional de Catalunya* (surgido em 1940, como uma frente patriótica de exilados catalães). Estava ligado também aos *Independentistes dels Països Catalans* uma agrupação política surgida em 1979, reunindo o PSAN-Provisional e a l'Organització Socialista d'Alliberament Nacional (OSAN). Teria surgido para suprir o espaço deixado, com o declínio do *Terra Lliure*.

[267]A imagem (tal como a violência) seria um dos elementos principais para expressar força e respeito.

[268]Núñez teria mudado o local do grupo possivelmente por ataques contra ele (inclusive alguns membros tentando, por várias vezes, chegar a tribuna do presidente no estádio), de pedidos de sua renúncia, após a perda da Copa de Europa de 1985-1986, para o Steua Bucaresti. Outra versão é que o grupo voltava a se agrupar, teria crescido muito, e estava "difícil de controlar" no gol sur, inclusive exibindo uma faixa em um jogo da Copa Europa, no Camp Nou, que dizia: "Thanks Liverpool for the Juve deads", ainda em 1986, relembrando a tragédia de Heysel aos torcedores do Juventus.

nível, formando um novo subgrupo, de *ultradireita* catalã, o *Komando Flipper*) (ULTRAS-TIFO, 2010). Numa fase brevemente posterior, entre os *hinchas* do *FC Barcelona* poder-se-ia encontrar desde *neonazis* catalanistas (em crescimento) e *hooligans* autoreferidos como "apolíticos", até extremistas de esquerda independentista (ou *redskins*) ou mesmo *nenonazis* espanholistas (SPAAIJ, 2006; VIÑAS, 2017). Todos reunidos numa mesma *grada barcelonista*, empunhando por vezes símbolos contrastantes, mas que conviveriam juntos pois os laços de amizade entre os aficionados e a ligação com o *FC Barcelona* prevaleceria sobre as diferenças, ou mesmo pela coesão contra grupos como os *Brigadas Blanquiazules*[269] (ou os *Ultras Sur* do *Real Madrid*, ambos de extrema direita espanhola), em um circuito de disputa de espaços na cidade que ia muito além dos estádios, começava envolver domínio de discotecas e tráfico de drogas (PIÑOL; CARBONELL; SERRAS, 1998). No médio prazo, aquelas diferenças provocariam fragmentações. Num momento posterior, ainda na década de 1980, os grupos mais à esquerda sairiam dessas gradas *barcelonistas* prevalecendo os extremistas de direita (catalanistas ou espanholistas) que permaneceriam coexistindo (VIÑAS, 2017).

Vale lembrar que esse era um contexto em que essas *gradas* (extremistas, independentistas da esquerda à direita) representavam uma minoria dentro da torcida do *FC Barcelona* e do *catalanismo*, que se reforçava na sociedade catalã (mas permanecia moderado e na maioria das vezes parte de *identidades duplas*: espanhola e catalã), em grande medida. Por outro lado, algumas daquelas identidades *ultras* já exprimiam identidades *fundamentalistas* de *xenofobia*, *racismo* e *intolerância* enquanto outras começariam a demarcar suas *identidades* justamente pelo enfrentamento às *fundamentalistas*, e mais tarde se autodenominariam *antifascistas*.

Grup d´Opinió Barcelonista: denúncias de má gestão, vontade de vitórias e de "mais catalanidade"

Nos círculos diretivos, uma oposição consolidada contra Nuñez se instituría, em 31 outubro de 1986. Era a autodenominada "Grup d´Opinió Barcelonista" (GOB) liderada por Ricard Huguet, que faria denúncias contra medidas consideradas errôneas pelo clube e a falta de planejamento, com apoio de dois protagonistas midiáticos catalães, o jornal *Avui* e a *TV3* sob o controle da *CiU* (SOTO,

[269]Em uma entrevista, um ex-membro dos Boixos consideraria sobre a "união" contra as *Brigadas Blanquiazules*: "Los ultras del Espanyol tenían los cuerpos policiales y judiciales de su lado. La desigualdad era enorme (...) No era ningún secreto que la policía española creó Milicia Catalana [grupúsculo terrorista que buscaba contrarrestar la lucha armada de corte independentista], y algunos de sus miembros u otros del Movimiento Patriótico Catalán (MPC) eran de Brigadas. Cada fin de semana se dedicaban a ir de 'caza', y como eran hijos de policías o de jueces no les pasaba nada. Con el tiempo lo analizas y ves que todo estuvo organizado. Aquello fue el GAL catalán: trataron de desactivar la lucha independentista por la vía mediática, policial-judicial y de la calle. Y la verdad es que funcionó durante unos años.". Cf. https://www.panenka.org/miradas/entrevistas/el-futbol-era-secundario/ Acesso em: 1 fev. 2019.

2014). O desempenho esportivo, tido como limitado do clube (somada a derrota para o Steua Bucaresti em 1986), constituía os círculos *barcelonistas* como efervescentes. Havia também ressentimentos por uma falta de catalanidade no clube. Em 2 de fevereiro de 1988, a *GOB* publicaria a chamada "declaració barcelonista" conhecida como o manifesto dos 80 notáveis, pedindo a convocação de eleições antecipadas no *FC Barcelona*, petição a qual assinavam pessoas de referência histórica no clube como Enric Llaudet, os ex-presidentes Narcís de Carreras, Augustí Montal e Raimon Carrasco (GARCÍA LUQUE, 2009). Rozas e Besa (1987), nos oferecem a leitura de que o referido grupo criticava a narrativa de que Núñez era um bom administrador, apontado "furos" financeiros, má gestão de recursos e que a sua gestão não era o elemento diferencial para o crescimento de patrimônio do clube. Finalmente, o grupo também teria promovido pesquisas que concluíam que Núñez não seria uma unanimidade entre os sócios.

Pelas informações que se obteve entre os memorialistas, aquele era um cenário muito contestativo a Núñez, agravado com um início considerado ruim na *Liga*. Ao fim daquela temporada, o clube terminaria a *Liga* com 39 pontos (6º lugar), muito atrás do vencedor, o bicampeão *Real Madri* com 62 (apesar de vencer a *Copa do Rei* contra os merengues). Ainda, ao fim da temporada 1987-1988, o clube teria superávits considerados tímidos (apenas 2,5 milhões de pesetas, algo como € 15 mil), pelo que fora apresentado nos anos anteriores (GARCÍA LUQUE, 2009).

Em meio a essas disputas políticas, destaca-se a trajetória do jogador alemão Bernd Schuster, oferecida pelos memorialistas: passa-se a impressão de uma passagem conturbada pelo clube (lesões, episódios de indisciplina dentro e fora do campo, dificuldades de renovação e enfrentamento com o próprio Núñez). Schuster ficaria de 1980 a 1988 (sairia para o *Real Madri*), e parecia despertar simpatias e antipatias num mesmo nível, entre sócios e aficionados. Na final da Copa Europa de 1986, quando fora substituído, o jogador teria abandonado o estádio, e Núñez, após a derrota, declararia que ele não mais jogaria pelo clube. O ano seguinte não seria inscrito para a temporada corrente, e ele iniciaria uma briga jurídica com o clube, mas acabaria renovando por mais três anos. Entretanto, o imbróglio com o jogador tornaria público uma estratégia contratual do clube (separação em duas operações para pagar os direitos de imagem e o salário do jogador, pagando mais aos jogadores e menos tributos) e que causaria problemas para o *FC Barcelona* momentos depois: a Fazenda passou a reclamar os descontos dos jogadores, mas estes queriam que aquelas obrigações fossem pagas pelo clube e promoveram um levante contra Núñez num ato público em fins de abril de 1988, convocando a imprensa em um hotel de Barcelona (da cadeia de Joan Gaspart), que ficaria conhecido como "Motí L´Hespèria" (GARCÍA LUQUE, 2009). A crise atingia o seu ápice:

> Divulguen uma nota de set punts, amb el suport de total a plantilla, inclús Luis Aragonés, però amb l´excepció de Schuster. És l´anometat "motí de l´Hespéria". Els jugadors expliquen que se senten enganyats, que el presidente "ens há decebut com a persona i humiliat com a professionals" i acabenn demanant-ne la dimissió, "tot i que això é um dret dels socis del club" (GARCÍA LUQUE, 2017:187)[270].

Johan Cruyff inovador: a promoção de uma identidade de jogo barcelonista e catalã

Menos de uma semana depois do referido "motim", Núñez apresentaria Johan Cruyff[271] como novo técnico do clube (Carles Rexach, ex-jogador consagrado, seria o segundo treinador) e um novo plano de grande remodelação do plantel para a temporada de 1989-1990, destacando-se a contratação (maior do clube, até então) de 1 bilhão de pesetas (€ 6 milhões) para adquirir o holandês Ronald Koemann. Medidas, de Núñez, consideradas populistas por García Luque (já que Cruyff era muito bem quisto entre os *blaugranas* (*barcelonistas*) e Koeman, um jogador consagrado) e que visariam já uma melhora de imagem para as eleições dos anos seguintes (FIGOLS, 2016). Ricard Huguet (2018), afirmaria que ele e seu grupo (*GOB*) é que estariam negociando a volta de Cruyff para o clube, e a ideia seria (então) utilizada por Núñez. Outros jogadores bascos, consagrados, também seriam apresentados, como José Mari Bakero, Julio Salinas e Txiki Begiristain, paralelamente a revalorização das categorias do clube (BARCO, 2015). A chegada de Cruyff, em meio àquela reformulação, representaria uma trégua na fratura social que vivia o *FC Barcelona*, e início de uma guinada otimista nos círculos *blaugranas* (círculos *barcelonistas*).

Apesar da existência de uma oposição a Núñez, as contas seriam aprovadas na assembleia anual de compromissários de 1988. Por outro lado, ainda, nesse período, o clube chegaria a um acordo inédito com a televisão da Catalunya para a exploração da publicidade estática do *Camp Nou* pelo valor equivalente a € 12 milhões (FINESTRES, 2009:189), valor considerável, uma vez que a receita do clube para aquele ano girava em torno de € 85 milhões. De modo geral, Núñez tinha efetivado um cenário mais favorável para disputar as eleições seguintes, em 1989.

Em 1989, Josep Lluís Núñez seria reeleito novamente presidente do clube, confrontando-se desta vez com Sixte Cambra (que participaria, depois, dos círculos diretivos junto a Núñez), mas aparecendo vários pré-candidatos além deste. Cambra tinha apoio entre muitas pessoas fortes do *barcelonismo*, como Evarist Murtra e Josep Maria Fusté, além de parte da mídia e muitas figuras do

---

[270]"Eles divulgaram uma nota de sete pontos, com o apoio de todo plantel, incluindo Luis Aragonés [técnico], mas com exceção de Schuster. Foi denominado ´moti de l'Hespéria´. Os jogadores explicaram que se sentem enganados, que o presidente ´nos desapontou como pessoa e humilhou como profissionais´ e pediram sua renúncia, ´embora esta requisição um direito dos sócios do clube´.".

[271]Figols (2016) sugere que a contratação de Cruyff possivelmente tinha relação com um problema que o holandês tinha com a Fazenda espanhola, e que Nuñez poderia resolver. Por outro lado, Cruyff não vinha de boas campanhas no Ajax, desde que se tornara técnico em 1986.

CiU (entre as quais o próprio Jordi Pujol). Uma das percepções críticas destacadas seria a de que o clube até havia se tornado uma empresa destacada, mas alheio dos objetivos sociais e desportivos (BARCO, 2015). Nesse contexto, dos aproximadamente 93 mil sócios, 46.633 votariam. Núñez acabaria eleito com 25.441 votos, enquanto Cambra teria 17.609 (FINESTRES, 2009), o que sugeria que a narrativa e o modelo de Núñez (força econômica e "camisa limpa", apesar de resultados ruins, além de um *catalanismo* fraco nos círculos diretivos), embora enfraquecidos, persistiam em evidência talvez com uma "sobrevida" possibilitada muito pela chegada de Cruyff. Johan Cruyff implantaria uma nova filosofia de futebol (que demarcaria um ponto de inflexão e um legado na história do clube), e a intensificação da preparação tática e física da equipe, com uma nova ideia de gestão de vestiários (FINESTRES, 2009). Ele impôs uma filosofia de jogo (baseada no jogo ofensivo, de posse de bola, habilidoso e coletivo)[272] que se estendia a todas as categorias menores do clube, e exerceria funções (além de treinador) de diretor esportivo e diretor das categorias de base, com amplos poderes[273]. Cruyff representava, portanto, a inserção (ou a intensificação) da *identidade ethos-trabalho* no departamento de futebol, dando efetivamente um salto da especialização desta área no clube. O período de Cruyff a frente do cargo seria, segundo Figols (2016), também um período de intensificação de jogadores estrangeiros (jogadores destacados no cenário internacional), num contexto em que a federação espanhola (*RFEF*) passava a permitir um terceiro estrangeiro na equipe (até então, apenas dois eram permitidos).

O holandês se consagraria na história do *FC Barcelona*, representando para muitos barcelonistas, a superação do vitimismo (como ocorrera em 1973-74), da baixa estima e a construção de um clube vencedor, numa filosofia revolucionária a partir do papel do que no futuro viria a se chamar de "*manager*" (pois incorporava a postura de chefe de um "departamento de futebol" ainda nascente), fundindo uma dada "ética" catalã com um modelo de jogo[274], a *identidade ethos-trabalho*

---

[272]Segundo Perarnau (2011), a partir de Cruyff a figura do "camisa 4" no *FC Barcelona* seria mitificada, como a grande marca do estilo Barça, consolidando a tática "3-4-3" proposta ainda por Laureano Ruiz. Nessa época, seria Pep Guardiola jogaria com aquela camisa/função. Mais tarde, após algumas transformações no estilo Barça, promover-se-ia a figura do "camisa 6" (cujo grande símbolo seria Xavi), que na verdade era o "camisa 4" modificado (PERARNAU, 2011).

[273]Segundo Barco (2015), Bernd Schuster, ex-jogador blaugrana afirmaria: "Cruyff tiene más poder em Barcelona que Jordi Pujol. Dice y hace lo que quiere" (SCHUSTER apud BARCO, 2015: 318).

[274]Vale lembrar que desde que chegou no FC Barcelona, em 1973, Cruyff (um tricampeão europeu já consagrado pelo Ajax e seleção holandesa, e pelo inovador "futebol total") simbolizava um exotismo (pelas suas opiniões progressistas, comportamentos e forma como se vestia), e uma figura "moderna" numa Espanha e Catalunha ainda demarcada pelo franquismo. Posteriormente, quando ascende como técnico demarca a ascensão de um estilo de jogo demarcado pelo "toque de bola", pelo controle e posse dela, pelo uso do goleiro como um armador de jogadas e dos atacantes como alas, pela ofensividade e habilidade (e pela valorização das categorias de base), em contraste com uma tradição na Espanha de um futebol mais físico (que consagraria inclusive a alcunha de "fúria" historicamente para a seleção). Certamente foi protagonista no florescimento de um "estilo de jogo" *barcelonista* demarcado pela coletividade, pelas raízes mas também pelos cosmopolitismo, contrastando com um estilo "espanhol", demarcado pelo que seria o "futebol força" e a reclusão nacionalista) (BARCO, 2015). Este estilo de alguma forma, ao longo dos anos, se entrelaçaria com o catalanismo. Quando estive em Barcelona, no museu do clube na parte que reporta a história das suas categorias de base, exibia-se como seus valores constitutivos, incorporados ao estilo de jogo barcelonês: esforço, ambição, respeito, trabalho em equipe e humildade. Esta declaração de valores também poderia ser vista na declaração de "identidade" no site do clube em fins de 2018.

com *tradição* catalã. Uma das frases do holandês seria de que se o *FC Barcelona* queria ser um clube campeão precisava deixar de estampar um comportamento vitimista. Esta "ética" permaneceria na instituição e daria frutos anos depois com um dos seus discípulos, Pep Guardiola (ex-jogador da base do clube, capitão do "dream team" de Cruyff) que conquistaria seis títulos em 2009, numa temporada fantástica. Para Antoni Bassas Onieva:

> La societat Núñez-Cruyff va proporcionar al Barça titols abundants, un estil de joc espectacular, uma projecció global *avant la lettre* i una permanent invitació a l´optimisme com a estat d´ànim habitual, que va desencadenar la metamorfosi generacional d´una massa social tradicionalmente victimista (ONIEVA, 2009: 209)[275].

O historiador Josep Maria Solé i Sabaté destacou que a chegada de Cruyff foi fundamental para o desenvolvimento de *La Masia* como base identitária e desportiva do clube, permitindo o *FC Barcelona* se inserir muito bem, anos depois, na lógica do futebol negócio:

> Cruyff es un hombre que dice que todo esto [error] es extraordinario. "Tiene...el Barcelona nunca tiene que perder sus raíces": esto es *La Masia*, pero proyectarse hacia al mundo con jugadores de casa. Bueno esto lo que he hecho Barça y le ha dado esa dimensión de club diferente. ¿Por qué es diferente? Porque claro, Barcelona crea sus productos…o sea, Xavi, Messi, Iniesta, tres pequeñitos, los mejores del mundo ganando lo todo. Esto es un sueño, esto es algo increíble. Bueno esto es *La Masia*, esto el Barça sin perder sus raíces. Cualquier niño del mundo, cualquier…quizás en poco tiempo niña, pero fútbol femenino, del mundo, puede venir al Barça a jugar aquí. Sí, con estos cánones, e ir creciendo e esto lo que ha dado a Barça su dimensión cosmopolita tan… tan absolutamente increíble (SOLÉ, 2017)[276].

Vale destacar que segundo o memorialista Martí Perarnau (2011), Cruyff (na verdade) teria sido muito beneficiado pelas "sementes plantadas" ainda por Laureano Ruiz, que no começo da década de 1970 fora contratado para cuidar das categorias de base do clube catalão. Assim, seria com Ruiz que teria se iniciado uma cultura formativa, dentro do clube, em favor de um futebol mais habilidoso (além da instauração de um "modelo universal" de jogo pra todas as categorias) e, dessa forma, não priorizando mais atletas fortes e altos (como seria comum na cultura tática futebolística dentro do Estado espanhol).

A passagem de Johan Cruyff pelo *FC Barcelona* também foi muito rememorada pela comunidade *culé* (*barcelonistas*) de Barcelona, em minhas entrevistas, como um marco de ascensão de uma mentalidade vencedora e diferenciada no clube. Cruyff representaria, ainda, um símbolo de

---

[275]A sociedade Núñez-Cruyff forneceu ao Barça títulos abundantes, um estilo de jogo espetacular, uma projeção global "avant la lettre" e um convite permanente ao otimismo como um Estado mental comum que desencadeou a metamorfose geracional de uma massa social tradicionalmente vitimizada.

[276]"Cruyff é um homem que disse que tudo isso é extraordinário. 'O Barcelona nunca pode perder as suas raízes": esta é La Masia, mas se projeta para o mundo com jogadores de casa. Bem, isso é o que Barça fez e deu essa dimensão de clube diferente. Por que é diferente? Porque, claro, o Barcelona cria seus produtos ... ou seja, Xavi, Messi, Iniesta, três pequeninos, os melhores do mundo ganhando tudo. Isso é um sonho, isso é incrível. Bem, isto é La Masia, isto é o Barça sem perder as suas raízes. Qualquer garoto no mundo, qualquer ... talvez em pouco tempo garotas, no futebol feminino do mundo, poderia vir ao Barça, para jogar aqui. Sim, com estes cânones, e ir crescendo e isso que deu ao Barça a sua dimensão cosmopolita ... tão absolutamente incrível.".

comando que o clube já não tinha há algum tempo, sobre os jogadores. Quem não atendia sua proposta era afastado, e a diretiva de Nuñez faria várias contatações a seu pedido, investindo cerca de 2 bilhões de pesetas (€ 12 milhões) nessas operações (FIGOLS, 2016). Logo a mudança do estilo de jogo da equipe se tornaria clara, e o estádio voltaria a encher muito mais do que nas temporadas anteriores, pra assistir um futebol visto como bonito e ofensivo, que satisfaria mesmo com as derrotas. O *FC Barcelona* da primeira temporada de Johan Cruyff teria o ataque mais positivo desde 1962, e a segunda defesa menos vazada, mas ficaria em segundo lugar atrás do *Real Madri*, ao fim da *Liga*, e ganharia apenas a *Recopa da Europa* (FINESTRES, 2009). Na temporada seguinte, 1990-1991, o clube seria campeão da *Liga*, o que lhe credenciaria a novamente disputa a Copa da Europa para o ano seguinte. Efetivamente, o período de Cruyff ficaria demarcado na memória dos barcelonistas como uma inflexão do clube em termos desportivos. Nessa perspectiva, afirmaria Bassas Onieva sobre a década de 1990:

> Titols em mà, la década dels noranta havia estat la millor de la historia del Club. Havia guanyat la primera Copa d´Europa, dues supercopes d´Europa, una recopa, sis lligues, tres copes, quatre supercopes d´Espanya i el títol de millor equip mundial de l´any 1997. Quatre jugadors van guanyar la Pilota d´Or: Stòixkov, Ronaldo, Rivaldo i Figo (el 2000, després de fitxar pel Madrid), el FIFA World Player va ser per a Romário el 94, Ronaldo el 96 i 97 i Rivaldo el 99, i Ronaldo va aconseguir la Bota d´Or 97 (ONIEVA, 2009: 218)[277].

Lei das *SAD*: *FC Barcelona* permanece sendo dos sócios catalães

Figols (2016) destaca que ainda em outubro de 1990, quando a *Ley del Deporte* foi oficializada, os conselheiros do *FC Barcelona* convocaram uma reunião para discutir o conteúdo da lei. Discutiu-se sobre tornar o clube ou não uma *Sociedade Anônima*, e a Comissão Jurídica ficou encarregada de estudar a lei. Em dezembro de 1990 concluiu-se que a lei continha princípios que se chocavam com os interesses do clube, então ficou decidido pelo conselho não aceitar a proposta de tornar o clube em uma *Sociedad Anónima Deportiva*, e sim em manter-se organizado como uma associação privada sem fins lucrativos, condição possibilitada pela lei aos clubes que tinham sido superavitários nos cinco anos anteriores ao surgimento da lei: caso do *FC Barcelona*, mas também do do Osasuna, Athletic Bilbao, *Real Madri* e Real Sociedad (que se converteria em *SAD* num período brevemente posterior).

[277]Títulos em mãos, os anos noventa foram os melhores da história do clube. Ele havia vencido a primeira Copa da Europa, duas supercopas europeias, uma recopa, seis ligas, três copas do rei, quatro supercopas espanholas e o título de mlhor equipe internacional em 1997. Quatro jogadores venceram a Bola de Ouro: Stoichkov, Ronaldo, Rivaldo e Figo (em 2000, depois de ingressar em Madri), o FIFA World Player foi para Romário em 94, Ronaldo em 96 e 97 e Rivaldo em 99, e Ronaldo conseguiu a Chuteira de Ouro em 97.

Em 1991, também, o *FC Barcelona* passava a ser regido por um novo estatuto desde 1981. Por este estatuto o clube continuava uma associação privada de pessoas físicas, formalmente sem objetivo de lucros, com personalidade jurídica própria tendo como objetivo principal o fomento e exibição do futebol, mais outros esportes. De forma inédita, entretanto, ressalta-se o clube como instituição promotora e participe de atividades sociais, culturais, artísticas, científicas e recreativas que refletisse sua associação com os sócios, os cidadãos e com a Catalunha. As eleições para presidente permaneciam diretas, com sócios podendo votar e serem votados, sendo representados em assembleia pelos chamados sócios-compromissários, a maioria sorteados com mandatos de 2 anos. Para ser sócio continuava, também, necessário o pagamento de um importe mensal, mas inovava-se pois a partir de então necessitava-se requisitar a associação por escrito ao clube, que poderia aceitar ou não. No estatuto de 1991 surge o *Senado,* órgão consultivo da *Junta Diretiva* (ainda fiscalizada por comissão disciplina e outra econômica) e a possibilidade do voto/moção de censura por parte dos sócios. A *Junta diretiva* podia ter entre 10 e 21 membros (entre os quais um tesoureiro, um contador e um secretário), e trazia como novidade a responsabilidade conjunta econômica dos membros, os quais também tinham que apresentar uma garantia financeira antes do início do seu mandato equivalente a uma porcentagem do orçamento anual do clube. A cultura organizacional, ao que tudo indica, permanecia a costumeira divisão do clube em vice-presidências, que administravam o clube, auxiliadas por comissões de conselheiros no regime voluntário e não remunerado, submetendo abaixo deles vários cargos operacionais e profissionais já mais sofisticados, já com uma provável (e crescente) preocupação com o marketing esportivo e a comunicação.

No campo administrativo e político, ainda, Núñez promoveria o desenvolvimento de uma instituição do clube, a *Fundació Barça*, cujo objetivo seria de evitar que o clube se tornasse uma *Sociedade Anônima*, num contexto em que a legislação na Espanha passou a obrigar a conversão dos clubes em *SADs*. A *Fundació Barça* objetivaria também promover ações sociais, solidárias e culturais a nível global, reiterando o compromisso social do clube historicamente. Demarcava, dessa forma, uma reação a percepção de *atomização* (mas também como ferramenta de marketing) no mundo globalizado que levara já várias empresas pelo mundo investir em projetos sociais. Ela seria inaugurada em outubro 1994, e em 1997 teria 97 empresas dando suporte, sendo 50 na categoria de "colaboradoras" ao projeto, 24 "protetoras" e 23 de "honra", entre elas já algumas multinacionais (como *Adidas*, *Coca-Cola*, *Ford* e *Sony*), o que sugere uma guinada gerencial do clube, para incluir-se dentro dessa cadeia. Entre as funções da *Fundació* estaria também buscar recursos financeiros para atender a área social do clube, como (por exemplo) o *Centro de documentação*, criado em 1993 e destinado a cuidar dos documentos, jornais, livros e fontes sobre a história do clube, dando suporte

ao museu. Para o ano de 1997, o clube também declararia, que teria acordo com 59 empresas (entre elas *Sharp, Nokia, Danone e Warner Bros*) (MEMORIAS DE 19 ANYS, 1997). Segundo o professor e historiador Carles Santacana, seria por essa época que o clube daria efetivamente os primeiros passos na direção de virar uma corporação empresarial: complexa em termos de divisão de funções, áreas de trabalho internas e profissionalismo. Isso parecia acontecer mais pela indução, na medida em que o clube se associava, paulatinamente, a grandes empresas e marcas globais que já funcionavam como corporações extremamente complexas, e que exigiriam metamorfoses do clube para encaixar-se nesse ambiente.

Reformas no *Camp Nou*, antiviolência, trocas internacionais e reconfiguração dos *ultras*

Entre fins da década de 1980 até 1992 (Olimpíadas em Barcelona), o estádio *Camp Nou* sofreria mais um processo de reformas. Refletiam *trocas* normativas transnacionais pela questão da segurança nos estádios e violência no futebol, mas também a preocupação já nos círculos diretivos, em potenciar as *identidades consumo* no futebol. Atendia-se, então, a normativa da *UEFA*, colocando-se assentos em todo o estádio (eliminando espaços para ficar de pé), além rebaixar-se o gramado em cerca de 3 metros em relação ao nível anterior, eliminando o fosso de segurança, aproximando as arquibancadas do gramado e inaugurando novos assentos no espaço que anteriormente havia entre campo de jogo e os antigos limites de arquibancadas. O estádio, também, ganharia estacionamentos subterrâneos, elevadores, melhores acessos, um centro de medicina (para os jogadores), modernização do seu museu, conforto nas suas instalações e urbanização no seu entorno. Nessa época, o estádio passaria a ter (reduziu espaços) capacidade para cerca de 107 mil pessoas (ESTADELLA, 1998) orientado sobre princípios de segurança e conforto. O *ultra* Josep rememorou com frustração essa época, em que foram colocados assentos no "gol sur" (onde as *gradas* se reuniam), separando a grada do restante dos aficionados e proibindo bebidas alcólicas (e depois fumar):

> ...ahí a gente podia entrar bengalas, podia hacer a fumaça y hacer lo que quisiera ¿no? Cada vez se fueran recortando, pues llegó un momento que no se podía, permitia ni acender bengalas, después pasó que ya no se permitia beber álcool, después que ya no se podia ponerte de pé, después que no podía fumar, después que ya no sé qué y no sé cuantos (JOSEP, 2017)[278].

Essa é uma época demarcada também pelos inícios de uma migração estrangeira muito forte pra Barcelona: segundo o museu do clube (2017) muitas pessoas que migravam adotariam o *Barça*

[278]"...lá as pessoas poderiam entrar com sinalizadores, poderiam fazer fumaça e fazer o que queriam, certo? Mas cada vez isso se foi limitando, porque chegou uma hora que não se podia, permitia nem acender sinalizadores, depois aconteceu que não se tinha mais permissão para beber álcool, depois que não se podia mais ficar em pé, depois que não se podia fumar, depois que já não mais o quê e não sei quantos.".

como clube, que ajudaria na integração local, como já acontecera com muito migrantes num período anterior (embora neste momento estejamos diante de uma metrópole cosmopolita e possivelmente em uma sociedade mais *atomizada* em certo sentido), mas não necessariamente passariam a partilhar dos valores de catalanidade, cada vez mais fortes na região.

Essa é uma época, ainda, em que houve uma nova guinada na busca de pacificação das *gradas* e mais controle*,* no futebol espanhol, entre os *hinchas radicales*, e nessa trajetória houve uma reconfiguração, hibridações e heterogeneidades de *identidades* no interior da identidade *ultra*s, muito influenciadas também por conexões transnacionais. Nessa perspectiva, começariam a surgir outros grupos *hinchas* autoreferidos como "não violentos" (para os quais violência não seria símbolo de lealdade) no *FC Barcelona*. Por outro lado, o radicalismo e *fundamentalismo* dos *Boixos Nois* se acentuou mais (como por exemplo em crescentes episódios de *racismo* e *xenofobia*, agressão à imigrantes, o assassinato de uma travesti, ou de um outro *ultra* das *Brigadas Blanquiazules* [279]), e os episódios de violência (inclusive letais) aumentaram de forma geral (na Espanha), com o surgimento de vários pequenos grupos *hooligans* menores - em um contexto de comando/gangues por zonas em Barcelona, tráfico de drogas e controle de discotecas (PIÑOL; CARBONELL; SERRAS, 1998) - buscando maior coesão para ações rápidas e que pudessem ser menos previstas (pelas autoridades). Neste momento, dos *Boixos Nois* nasceriam os *Casuals* (em 1992), um grupo pequeno (cerca de 50 membros) considerado mais radical, que ao invés da estética *skin* passavam a utilizar marcas conhecidas (como Umbro, Adidas e Kappa) e um visual, a princípio, mais à paisana. Influenciados pelos ingleses, mas ao contrário daqueles *casuals* (que buscavam o disfarce *casual* para ações *hooligan*), os *Casuals* do FCB queriam explicitar sua diferenciação dos outros grupos *ultras* (como entre os próprios *Boixos Nois*) e serem reconhecidos, exibindo até mesmo uma faixa com sua nomenclatura, no meio da torcida (SPAAIJ, 2006).

Outro grupo que surge, já em 1994/1995, é o *Inter City Culé* (*ICC*, inspirados no *West Ham United Inter-City Fair - ICF*), que vinham das *Cel-lules Blaugranes* (estes ligados a independentistas de esquerda, que haviam concentrado muitos *Boixos* ainda em meados de 1980). Seriam cerca de 50 membros (de antigos conhecidos). Eles não usavam a indumentária *hooligan*, buscavam ações contra formações políticas *hooligans*, especificamente contra grupos de direita e extremistas (e fascistas), com ataques planejados, mas nunca contra torcedores rivais ou só adversários do esporte (SPAAIJ, 2006).

[279]Um dos episódios centrais que começam a alterar o panorama da violência entre as torcidas na Espanha, se dá após o enfrentamento entre cinco membros dos *Boixos Nois* e dois das *Brigadas Blanquiazules*, que resultaria na morte em um membro, o francês Fréderic Rouquier (que alguns afirmariam ser militante da Frente Nacional, um movimento de direita nacionalista espanhola), dos últimos, em 1991.

No caso de grupos antiviolência, cita-se os *Almogávers*[280], surgidos em 1989: um grupo de amigos que decidiu convocar outros sócios do clube para promover uma forma de animar com mais destaque visual, e que queria também viajar com frequência, com a equipe. Segundo Josep (2017), os *Almogávers* seriam o primeiro grupo destacado que surgiria além dos *Boixos Nois* no *FC Barcelona*. Tanto os *Boixos Nois* como os *Almogávers* cresceriam bastante nessa época, devido a ascensão desportiva do *FC Barcelona* (4 *Ligas* seguidas e a primeira *Copa da Europa*).

Os *Almogávers* ocupariam inicialmente o terceiro anel do estádio, mas logo se mudariam para o primeiro anel atrás do *gol nord* do *Camp Nou*. Em um primeiro momento, este grupo simpatizava com o nacionalismo catalão, mas declarava-se "apolítico". Entretanto, logo decidiriam expressar também seu posicionamento político no estádio (VIÑAS, 2005). Os *Almogávers* em breve também cresceriam bastante e formalizariam a sua condição de *penya.* Seria um grupo pioneiro em performances no estádio, com faixas, mosaicos e papeis picados. Segundo Viñas (2005) o primeiro grande mosaico de torcidas na Espanha foi realizado pelos *Almogávers* na segunda e terceira arquibancada do Camp Nou em 1991, num clássico contra o *Real Madri*, com a palavra "Barça" acompanhada de uma *Senyera*. Um dos integrantes do grupo teria boas relações e obtinha vários conhecimentos sobre performance torcedora junto aos *capos*, líderes de torcidas *ultras* italianas (e tinham conexões também com torcidas inglesas e argentinas). Os mosaicos dos *Almogávers* começariam cada vez mais a ser protagonistas (mesmo em âmbito internacional), mas criticados por outros grupos de *hinchas* por serem financiados, em Barcelona, por periódicos como o *Sport* e *Mundo Deportivo*, o que tiraria a autonomia do movimento.

Em 1992-1993, o grupo promoveu o projeto de formar uma grande *Grada Jove* no *Camp Nou* (reunindo 4 mil pessoas), inspirado por ideias de antiviolência, nas novas normativas da UEFA, pelo suporte do clube (e do *Mundo Deportivo*), na ideia da "apolítica" e de superar o estigma de ambiente frio (histórico) que estádio carregava. O próprio *Boixos* Nois converter-se-ia numa *penya* para melhorar sua imagem e adentrar ao projeto. Em 1994 esse projeto de unificação de todos os grupos radicais se efetivaria no *Camp Nou*, atrás dono *gol sur* (depois se mudaria para o *gol nord*), reunindo *Boixos Nois, Almogávers*, *Sang Culé* e *Unibarçataris*.

Sobre a *Sang Culé Cor Catalá*, ela fora fundada também no contexto de torcidas antiviolência na Espanha. Eles nasceriam em 1991, na terceira arquibancada do *gol sur*, com algumas pessoas (de esquerda) que haviam abandonado os *Boixos*, pela guinada deles ao fascismo e ao neonazismo (VIÑAS, 2005; SPAAIJ, 2006). Declaravam-se oficialmente antiviolência (no esporte),

[280]Nome vêm de grupos de guerreiros mercenários aragoneses da idade média, que viviam de saques nas perigosas fronteiras entre os muçulmanos e os catalães, na península ibérica.

barcelonistas e respeitosos à Catalunha (e outras ideologias), mas a grande maioria dos seus membros era de esquerda e independentista, o que faria com que tivessem amizades com outros grupos de esquerda dentro do futebol[281]. Chegariam a compor cerca de 600 membros, mas ao longo dos anos a posição ideológica do grupo se diluiria, o que ocasionaria a sua fragmentação.

Outro grupo de referência, surgido nos inícios de 1990, seriam os *Unibarçataris*. Eles teriam nascido em 1992, na *Universidade de Barcelona* por um grupo de estudantes de direito, cuja paixão pelo clube, a antiviolência e o nacionalismo catalão eram os elementos de coesão. Logo cresceriam em números de adeptos em várias Universidades da Catalunha, surgindo uma seção em Madrid. Eles promoviam publicações, viagens e excursões pelo clube (VIÑAS, 2005).

Josep (2017) relatou, que ele e seus amigos em 1993 formariam o subgrupo *Creu Sant Jordi*. Todos eles seriam nacionalistas independentistas catalães, e frequentavam os *Boixos Nois*, mas naqueles inícios de 90 resolveram criar uma nova *penya* e grupo *grada* "por diferentes cosas" (não entrou em detalhes), ainda quando as *gradas* estavam localizadas no *gol sur*. Afirma que a escolha e no nome *Creu Sant Jordi* (Cruz de São Jorge, na Catalunha está relacionada a uma versão muito difundida e peculiar da lenda de São Jorge/*Sant Jordi*) se deu porque a cruz de *Sant Jordi* era utilizada pelos exércitos catalães antes da própria *Senyera*, na Idade Média (ou seja, segundo ele um símbolo "muito catalão") e o próprio *FC Barcelona* carregaria este símbolo em seu escudo.

Como se vê, uma complexa reconfiguração e hibridação de *identidades* se dá entre os grupos ultras neste momento, potenciadas por maior possibilidades de conexões com formas torcedoras estrangeiras. Nessa reconfiguração o *catalanismo* não figura confrontativo com as novas formas identitárias, mas dialoga e com elas se associa de diversas formas, em maior ou menor medida.

Cruyff, um "dream team" global e midiático, e a "conquista catalã" da Europa

Pode-se afirmar que é na década de 1990 que o *FC Barcelona* efetivamente adentra com força ao futebol espetáculo e globalizado, com grande número de jogadores estrangeiros, um público transnacional crescente e uma equipe vitoriosa e notável. Paralelamente, a conquista símbolo desse salto, a Copa da Europa de 1992, seria celebrada em um ritual que demarcava uma vitória da Catalunha e uma espécie de ideia do seu reconhecimento dentro do mapa europeu e mundial. Um gesto, de Pep Guardiola nas comemorações daquela conquista, oferece uma ideia do referido simbolismo. O então jovem jogador (vindo das categorias de base, *La Masia*) apareceria no meio da

[281]Na mesma época alguns membros da Sang Culé também criariam os Dracs 1991, declarando-se de esquerda catalã, nacionalistas e antiviolência.

Plaça Saunt Jaume (onde fica o prédio da *Generalitat*), e expressaria para a multidão, em referência ao troféu: "Ciutadans de Catalunya, ja la tenim aquí". Esta era uma lembrança direta do famoso gesto de Josep Tarradellas. Tarradelas, presidente exilado da *Generalitat* desde 1954, pela ocasião do seu retorno em 1977, que do mesmo balcão da *Generalitat,* em um clima de comoção, exclamaria: "Ciutadans de Catalunya, ja soc aquí!"[282] (no fundo deste balcão há uma escultura de *Sant Jordi* derrotando um dragão, que oferece uma conotação extremamente *dramatizada* a essas declarações públicas) (BARCO, 2015).

Segundo Finestres, aquela temporada de 1991-1992 seria mesmo singular para mudar o rumo da história do clube, momento em que a equipe gerida por Cruyff ganharia a alcunha de "dream team"[283] (tetracampeão da liga)[284]. Além de novamente ser campeão da *Liga* na temporada 1991-1992, o clube venceria (enfim) a referida Copa da Europa (que no ano seguinte teria o formato alterado, passando a chamar-se *UEFA Champions League*). 25 mil pessoas teriam viajado à Wembley, 1 milhão de pessoas sairiam as ruas comemorar (na Catalunha), sendo o gol do título imortalizado para muito culés catalães na voz de Joaquim Maria Puyal, da Catalunya Rádio (MUSEU DO CLUBE, 2017). Esta vitória teria permitido o clube se esvair de fantasmas históricos:

> Cuando los comentaristas de radio y television querían definir la alegría del triunfo, le daban vueltas y más vueltas y terminaban reconociendo: no se puede explicar. No se podía, no, describir el júbilo de la afición desplazándose a Wembley; tampoco se podía relatar cómo desde todos los rincones de la ciudad salía gente blaugrana [significa azul-grená, refere-se à torcedores do *FC Barcelona*] para ir a la Rambla [uma das ruas mais conhecidas de Barcelona]. Así que a la hora de opinar, aparte de algunos pinitos de antropología Readers Digest sobre el *homo barcinonensis*, concluían siempre rindiéndose a la fatal evidencia de que no le podían explicar. No se puede" (ROVIRA apud FINESTRES, 2009: 197-202)[285].

Victor Figols em sua análise sobre essa conquista afirmaria:

> ...o gol de Koeman [final da Copa da Europa de 1992] passou a compor o imaginário dos torcedores do *FC Barcelona*. Para o autor, o gol "forma part de la memòria col·lectiva del

[282]Vale lembrar que dias depois dessa declaração o próprio Tarradelas iria ao Camp Nou receber uma homenagem do clube, com uma Senyera grandiosa colocada no centro do campo, reforçando uma relação entre o clube e a catalanidade no plano simbólico.

[283]"Dream-team" foi um termo inicialmente propagado, internacionalmente, a partir da seleção de basquete norte-americana nas olimpíadas de Barcelona (1992), time que foi considerado excepcional na história do desporto, com nomes como "Magic" Johnson, Michael Jordan, Charles Barkley, Patrick Ewing, Scottie Pippen, Larry Bird, entre outros.

[284]Ao finalizar a temporada anterior Cruyff faria chegar a junta diretiva um informe/balanço o qual dizia: "L´éxit no té secrets: senzillamente s´há de ser fidel a un mateix, a unes idees. Nosaltres ens vam marcar un camí, marcarem la línia i no ens n´hem apartat ni un moment" (CRUYFF apud FINESTRES, 2009: 196).

[285]Duch (2004) destaca que o reconhecimento público internacional é uma das primeiras aspirações de qualquer nação. Considerada o simbolismo que o FC Barcelona tem com a Catalunha, talvez esteja aí uma parte do entendimento da dimensão das comemorações pela conquista do clube em 1992. "Quando os comentaristas de rádio e televisão quiseram definir a alegria do triunfo, eles davam voltas e voltas e acabavam reconhecendo: isso não pode ser explicado. Não era possível descrever a alegria dos fãs indo para Wembley; nem se podia relatar como, de todos os cantos da cidade, saía gente Blaugrana para ir à Rambla. Assim, no momento de opinar, além de alguns pitacos antropológicos do tipo 'Readers Digest' sobre o 'homo barcinonensis', sempre se concluía uma entrega à evidência fatal: de que não podiam explicar. Não se pode".

> barcelonismo". Para além disso, a conquista do título europeu significou a projeção do *FC Barcelona* – e da Catalunha – não só para a Europa, mas para todo o mundo. Tanto o ABC [Madri], quanto o La Vanguardia [Barcelona], estamparam as capas dos seus respectivos jornais com uma foto dos jogadores do *FC Barcelona* comemorando o título europeu. No ABC a foto era acompanhada dos dizeres: "El Barça conquistó para España la Copa de Europa",150 já o jornal catalão, trouxe em sua capa a seguinte manchete: "Barça campeón de Europa - Un soberbio gol de Koeman da al Barcelona el título más ansiado" (FIGOLS, 2016: 54).

A referência à conquista da Copa Europa de 1992 passaria a dispor, também, de um espaço destacado no museu do clube (em relação aos outros troféus do mesmo torneio, ganho em anos posteriores), reformulado em 2010.

A conquista de 1991-1992 ficaria demarcada na memória *blaugrana* (barcelonista), também, pela fabricação/uso de uma camisa "laranja" para o clube (cor inédita), para ocasião daquela final. Pelo sorteio, o clube não poderia utilizar seu uniforme principal, nem o "segundo" equipamento, porque era muito parecido com o do adversário, a *Sampdoria*. Assim, a empresa catalã desenvolveu aquele modelo que representaria ao mesmo tempo catalanidade do clube (o laranja era resultado da mistura entre o vermelho e o amarelo, cores da *Senyera*), mas também a sua ligação com os holandeses.

Vale destacar que, ainda em 1991, Núñez tinha assinado um contrato com a empresa italiana *Kappa*, encerrando o acordo com a *Meyba*. Pelas Atas do Conselho, tanto a *Meyba* quanto a Kappa teriam apresentaram propostas semelhantes, em termos de valores (FIGOLS, 2016)[286]. Ao longo da década de 1990 as camisas do *FC Barcelona* (da Kappa, e depois da Nike) começaram a exibir designs mais sofisticados, com detalhes inovadores. Isto refletia novas tecnologias disponíveis naquele momento (em relação à década anterior), novos tipos de tecidos utilizados, as demandas de notoriedade imagética do clube a partir da sua camisa (vistas, nesse momento, frequentemente por meio das TVs coloridas, desde a década de 1980) bem como demandas do clube (e dos patrocinadores) por venderem estes produtos, e portanto adequarem a uma "moda" atrativa:

[286]Segundo informações de um site espanhol, em 1994 o contrato do clube com a Kappa era de 1,3 bilhões de pesetas por cinco anos (VARELA, 2017).

Figura 14 - Camisa laranja Meyba, e modelos da Kappa

Fonte: Camisetas Sport Club (2018).

Foi no clima festivo (e tranquilo), após a conquista continental de 1992, que Núñez seria, em 1993, novamente aclamado como presidente[287], convidando Sixte Cambra (opositor da eleição anterior, e então aspirante Senador pelo *CiU*) para compor a junta diretiva. Núñez também decidiria renovar com algumas referências do "dream team": Cruyff, Koeman e Stoichkov (este último que estaria recebendo ofertas tentadoras do futebol italiano). No ano de 1992, ainda, o clube inauguraria uma loja anexa ao estádio (reinaugurada em 1998, já com a patrocínio da *Nike*) que se tornaria ao longo dos anos um espaço muito frequentado por turistas e parte importante das fontes de receita comerciais do clube.

A partir de mais ou menos essa época, o presidente começaria também a se confrontar cada vez mais com Cruyff no clube, porque esse queria mais espaço para desenvolver seu trabalho (FINESTRES, 2009).

> Cruyff volia plens poders per decidir els dalaris i el preu dels fitxages, així com les primes dels futbolistes, fet que Núñez no acceptava. Em començar la temporada el técnic amenaçà de marxar si el presidente conyinuava i aquest, sorprenentment, li contestà oferint-li la renovació, fet que Cruyff no acceptà. Era l´inici d´uma tibantor que amb el temps aniria creixent[288] (FINESTRES, 2009:202).

Nesse cenário, Cruyff permaneceria (mas sem formalizar um tempo definido de contrato). O "dream team" seguiria vencendo torneios na temporada de 1993-1994, e com a chegada do

[287]Núñez teria afirmado, três dias antes do título (num programa de TV), que não iria participar das eleições seguintes do clube, mas acabaria mudando de ideia, apresentando-se como candidato único, e eleit.o

[288]"Cruyff queria plenos poderes para decidir os detalhes e o preço das contratações, assim como os prêmios dos jogadores, o que Núñez não aceitou. Ao começar a temporada, o técnico ameaçava ir embora se o presidente resistia com sua ideia, e ele [Núñez] surpreendentemente lhe ofereceu a renovação, mas Cruyff não aceitou. Era o começo de um conflito que acabaria por crescer.".

brasileiro Romário, daria o "toque final" para seguir encantando com um futebol de "desenhos animados" (FINESTRES, 2009) conquistando de forma inédita um tetracampeonato da *Liga*, e recebendo condecorações dos governos da Catalunha e de Barcelona. Entretanto, aquela equipe perderia a final da *UEFA Champions League* 1993-1994, para o Milan por 4 a 0 (em Atenas) e este resultado, segundo Finestres, demarcaria o fim de um ciclo: "Era el punt final d´uma época daurada, del millor futebol que s´havia vist mais al Camp Nou"(FINESTRES, 2009: 206)[289].

Encaixes e *desencaixes* na *globalização*: saída de Cruyff e vontade de autonomia

O período pós 1993-1994 pode ser descrito como uma época em que o *FC Barcelona* começava a vivenciar "problemas novos", frutos já da forte inserção do clube em um encaixe *global*, protagonista em termos financeiros, porém ainda incompleto em outros termos. A queda (e demanda) de performance esportiva repercutiu rapidamente em termos de "crise" no clube (em comparação à década de 1980). O *FC Barcelona* passava a ser "cobrado" (internamente e externamente) em um papel permanente de protagonismo. Mas a demissão do técnico Cruyff provocou uma nova fratura social no clube, agora entre *cruyffistas* e *núñistas*, que pareciam refazer a discussão (e a dicotomia) entre um "clube das tradições" x um "clube triunfante". Algumas demandas de *modernização* e de vitórias do clube eram vistas tendo como preocupação as *tradições*: a percepção de um excesso de jogadores estrangeiros (em especial holandeses), a preocupação nos círculos diretivos com a mercantilização do desporto (tal como o surgimento das *SADs*) e a ideia, aí, de criar um canal de TV próprio, revelavam uma vontade de autonomia e bom *encaixe* dos *barcelonistas* frente ao processo de *globalização.*

Essa trajetória teria seu início na temporada 1994-1995, quando Cruyff tentaria reformular um novo "dream team", incorporando jogadores da base do clube, mas só venceria a *Supercopa da Espanha*. Na temporada seguinte (1995-1996), a (sensação de) escassez de títulos permaneceria, e os remanescentes do "dream team" deixariam o clube. O *entorn*[290] começaria a pressionar muito Cruyff, e o enfrentamento do treinador com Nuñez seria cada vez mais forte e evidente. Nuñez

[289]"Era o ponto final de uma época dourada, do melhor futebol já visto no Camp Nou.".

[290]O periodista Joan Poquí, do jornal Mundo Deportivo de 02 de abril de 2017, afirma que além de novos conceitos na tático do jogo no clube e no futebol, Cruyff também seria um promotor de conceitos para a vida social do clube. Um destes, seria a palavra entorn, a partir de então disseminada nos círculos barcelonistas. Segundo Poquí: " 'Entorno' fue la brillante manera que encontró Johan de definir todo lo que rodeaba al equipo. Porque en un solo término caben prácticamente todos. ¿Quién no es entorno? Lo es la prensa, pero también la afición, que a la hora de la verdad condena o indulta a través del pañuelo o del aplauso. Lo son las instituciones deportivas. Lo fue, con el tiempo, el propio Johan. Y, en el momento en el que Johan se sacó la palabra de la manga, tras la derrota por 1-0 en el campo del Sparta de Praga, el 'entorno' era sobre todo la junta directiva que presidía Josep Lluís Núñez, que sólo dos años antes le había mantenido la confianza contra viento y marea." (POQUÍ, 2017).

acabaria por demiti-lo (Rexach assumiria em seu lugar), através de uma conversa nada amistosa de Joan Gaspart (vice-presidente) com o treinador nos vestisários do clube, na ocasião de uma partida (ONIEVA, 2009). A justificativa principal de Núñez seria de que o treinador não tinha dedicação, apesar do alto salário que lhe pagavam. Por sua vez o técnico declararia a imprensa: "És um problema de gelosia, perquè des que vaig arribar al club no es parla de Núñez, sinó de Cruyff i el seu equip." (CRUYFF apud ONIEVA, 2009:212)[291].

A saída de Cruyff deixaria um sentimento de vazio no clube entre boa parte dos barcelonistas, o qual seria muito difícil de preencher. Embora Cruyff não fosse unânime (o clube estava dividido), de forma geral seu nome estava associado a uma das etapas mais felizes e vencedoras da história do *FC Barcelona* (ONIEVA, 2009) mas também da revalorização das raízes catalãs, simbolizadas em um time e uma estratégia de jogo. Cruyff, a partir da sua saída, passaria a formar parte do *entorn barcelonista*, e um aliado necessário para qualquer opositor a Núñez, nas eleições do clube (ONIEVA, 2009:212).

Para a temporada 1996-1997 o clube contrataria Ronaldo Nazário por cerca de 2,5 bilhões de pesetas (€ 15 milhões), considerado na ocasião o melhor jogado do mundo e, segundo o periódico *El país,* a contratação mais cara do futebol espanhol (CARBONELL; BESA, 1996) até então. Apesar de nenhum título, Ronaldo ficaria na memória de muitos torcedores do clube, pela expectativa que gerou (pelo seu futebol). Para essa mesma temporada, também, chegaria o consagrado jogador Luís Enrique do *Real Madri* (além de alguns outros destacados) e o técnico inglês Bobby Robson, cujo auxiliar e tradutor seria José Mourinho (ONIEVA, 2009). Esse era um contexto (FIGOLS, 2016), de pós-sentença *Bosman* em que se intensificaria mais ainda a política de contratações de jogadores estrangeiros no clube, já que jogadores provenientes da Europa não eram mais contabilizados como estrangeiros (que abria, por sua vez, também mais espaço para não europeus). Em um primeiro momento isso não seria um grande problema para o clube, vez que o *FC Barcelona* ao longo da sua história teria desenvolvido também a sua identidade como cosmopolita. Entretanto, a percepção da entrada de estrangeiros foi tanta que a imprensa (espanhola e mesmo a catalã) começou a se queixar de uma falta de espaço para catalães na equipe, ou mesmo da sua "holandização"[292] (FIGOLS, 2016). Na temporada 1996-1997, por exemplo, o clube teria já 11 jogadores de 8 nacionalidades diferentes.

Segundo Figols (2016), nas reuniões da junta diretiva no ano de 1997 o presidente Núñez se

[291]É um problema de ciúmes, porque desde que cheguei ao clube, nada é dito sobre Núñez, mas sim sobre Cruyff e sua equipe.".

[292]Até mesmo Jordi Pujol, presidente da Generalitat se pronunciaria publicamente (BARCO, 2015). Este momento Núñez sairia em defesa de Gaal (que havia trazido vários holandeses do Ajax), afirmando que o clube na época em que tivera vários jogadores bascos a imprensa não se manifestara (BARCO, 2015).

mostrava preocupado com o processo de mercantilização do futebol e, sobretudo, em como manter o clube independente financeiramente em face de esse processo. Seria a partir dessas preocupações que surgiriam as bases para criar um canal de TV do clube (futuramente *Canal Barça* e depois *Barça TV*), que entraria em funcionamento em 1999. Este canal, serviria como elemento globalizador do clube, que inspirava-se no exemplo do *Manchester United* e sua inserção no mercado asiático (BARCO, 2015). Em geral, a inserção cada vez mais de altas somas e grandes empresas no futebol era objeto de discussão em várias reuniões da *Junta Diretiva* do clube, preocupada com a manutenção dos valores *tradicionais* do clube, e que continuava a rejeitar totalmente o modelo de *Sociedades Anônimas Desportivas* vigente na maioria dos clubes espanhóis, desde 1992.

***Fundamentalismo* e *Atomização*: fim da *Grada Jove* e dos mosaicos totalmente autônomos**

Em fins da década de 1990, as torcidas *ultras* do clube viveriam outras metamorfoses. Haveria, em suma, um processo de diluição do projeto de *Grada Jove Barça*, iniciado pelos *Almogávers*. A causa podia ser resumida à sua diversidade, em vários sentidos e já com poucas possibilidades de "acordos" entre os "diferentes", mas o "ponto final" seria um episódio grave de violência e ameaças (aos outros grupos), partido dos *Boixos Noss*. A violência dos *Boixos Nois*, era um traço que impedia a integração do grupo com coletivos mais abrangentes e diferentes. Incorporando traços de *fundamentalismo* (a violência sobretudo), não deixava de refletir uma reação contra a *globalização*, incrustado no grupo, embora possa ser entendido, também, como um processo de *atomização*, onde prevaleceria a fragmentação dos coletivos e dos indivíduos, preocupados com interesses mais específicos, singulares e pontuais. Face a essa *fragmentação*, os mosaicos coletivos da torcida (os maiores, aqueles que envolviam todo o estádio) deixavam de ser totalmente autônomos e passariam aos domínios de empresas, que passaram a organizar essas manifestações coletivas. O *catalanismo* novamente se encaixava a essa metamorfose: um dos mosaicos mais conhecidos do clube, que se consagraria desde então, que envolve todo o estádio e permanece até os dias atuais, seria uma representação gigante da bandeira *Senyera* prévia às partidas.

Conforme exposto, o ponto de partida seriam os contrastes ideológicos entre os grupos torcedores (havia extremistas e moderados da esquerda à direita, nacionalistas/independentistas ou não, partidários e contrários da violência; havia também críticas aos *Almogávers* por receberem ajuda dos diários esportivos na formação dos mosaicos (ou mesmo da limitação do espaço fornecido pelo clube à *Grada Jove*). Já o (antes) referido episódio de violência, seria em 1998, época em que os *Sang Culé* já haviam deixado o espaço onde se fazia a *Grada Jove*, estando situados do outro lado do

estádio. De lá vaiariam uma homenagem de "minuto de silêncio" ao falecimento de um membro dos *Boixos Nois* conhecido por atos extremistas (e que morrera por overdose). A homenagem seria promovida pelo clube, que (na verdade) teria sido pressionado em troca da manutenção do apoio político a Núñez (PIÑOL; CARBONELL; SERRAS, 1998). Os *Sang Culé*, na ocasião, também teriam gritado no megafone "Fora do *Camp Nou* nazis" - há relatos que esse dia o estádio também tinha várias pichações com esses dizeres (ULTRAS-TIFO, 2010). Seguir-se-iam enfrentamentos físicos dos *Boixos* com os *Sang Culé*, em que dois membros destes foram parar no hospital, um deles com fratura no crânio (além de muitos outros feridos e ameaçados). A partir daí, os *Sang Culé* deixariam de aparecer no *Camp Nou* como grupo (encontrou-se relatos de um breve desaparecimento deles), e passariam a apoiar mais causas sociais através do clube e as outras seções poliesportivas do *FC Barcelona*, incorporando quase metade dos seus membros de mulheres, mas reduzindo seu tamanho para cerca de 100 membros (Jacob, um dos meus entrevistados, advinha desse grupo, que em 2017 parecia bem reduzido). Os outros grupos, embora permanecessem no estádio, também se dispersariam.

Os grandes mosaicos passariam então a ser organizados pelo clube e empresas privadas (VIÑAS, 2005). Segundo Josep (2017), no início, os primeiros mosaicos promovidos pelo clube eram um pouco primitivos, e as pessoas se atrapalhavam para formá-los, mas logo se desenvolveriam e seriam promovidos por todo estádio. Paulatinamente, haveria uma segmentação das "grandes performances" no estádio, ocorrendo a formação do mosaico principal organizada pelo clube (com patrocínio de grandes jornais locais, como *Mundo Deportivo*) envolvendo todo o *Camp Nou*, enquanto que as manifestações visuais das *gradas* (mosaicos, faixas, performances), ficariam mais restritas ao seu espaço dentro do Estádio (atrás dos gols) e mais controladas pelo clube (VIÑAS, 2017). Josep (2017), destacou que os grupos de animação do clube permaneceriam. Ao longo dos anos continuariam concentrados, atrás do *gol sur* ou (em algumas ocasiões) *gol nord*, porque aí os ingressos sempre foram mais baratos. Outros elementos simbólicos, cada vez mais presentes no campo, seriam faixas com mensagens políticas e a *Senyera* (ambas mais presentes em dias de enfrentamento contra o *Real Madri*), e mesmo bandeiras de outros países, com exceção (obviamente) da bandeira da Espanha. O torcedor *blaugrana (*ou torcedor do *FC Barcelona)* Josep também fez menção a uma nova onda migratória interna que chegava a Catalunha nesse momento (após 1980, sobretudo 1990). Segundo ele, essa migração reforçaria gradualmente uma torcida forte de madridistas na região, atingindo o posto de a 2ª equipe, embora (segundo ele) a partir das famílias catalãs não deva ter saído um número significativo de madridistas (JOSEP, 2017), porque seria muito claro para os catalães as associações identitárias *FC Barcelona*/Catalunha e *Real Madri*/Castela.

Um modelo superado: declínio e fim da "Era Núñez"

Na segunda metade da década de 1990 um sentimento de estagnação parecia começar a evidenciar-se na comunidade *barcelonista*, sobretudo a catalã. A figura de Núñez, que ascendera ao clube propondo uma troca (fins de 1970), de "menos política" por "mais empreendedorismo e vitórias", já não se justificava mais, porque o "empreendedorismo" (ou *identidade ethos-trabalho*) de Núñez (quase já a 20 anos no poder) parecia cada vez mais superada e *desencaixada* do futebol globalizado de fins de 1990. Nessa perspectiva, também, a própria saída de Ronaldo Nazário[293] do clube, prejudicaria ainda mais a imagem de Núñez[294] (BARCO, 2015). Contrastivamente havia novos modelos em evidência., com destaque para o inglês (e a *Premier League*), onde destacava-se a associação dos clubes com as novas ferramentas de marketing, tecnologias, inserção em novos mercados e estruturas altamente *corporativas* de gestão: era para onde os "jogadores midiáticos" queriam ir, os salários e as contratações mais caras passavam a acontecer (STEIN, 2017) . Em termos de "vitórias" o sentimento de estagnação também se devia, possivelmente por ser uma época em que o rival (*Real Madrid*) voltaria a vencer um título da *Uefa Champions League* em 1997-1998, após mais de 30 anos. O paradoxal, e reflexo desse cenário, seria que a vitória de Núñez nas eleições de 1997, embora com larga vantagem, fora possível dentro de um discurso em que Angel Fernández (seu principal concorrente) tinha sua imagem ligada ao *Partido Popular* e ao conservadorismo, na Catalunha, ou seja, o grande trunfo de Núñez seria estar mais "próximo" do *catalanismo*, do que seu modelo de gestão. Nessas eleições Nuñez teria 24.025 votos frente a 5.209 de Fernandez, o qual tinha como mote "La fi de la supérbia" (o fim da soberba), e cuja candidatura já compunha Joan Laporta (que passaria a liderar uma oposição a Núñez, e seria presidente do clube em 2003). Por essa época, também, a composição da *Junta Diretiva*, presidida por Núñez, parece já mais alterada na sua lógica de ser frequentada por um mesmo grupo de pessoas, desde fins de 1970.

Segundo Barco (2015), para tentar permanecer no cargo e associar-se aos "novos tempos" do futebol, Núñez anunciaria a construção de um grande e novo centro de treinamentos do clube nas cercanias de Barcelona (depois conhecido como *Ciudad Deportiva Sant Joan Despí*), e um complexo de entretenimento (uma espécie de Disneylândia azulgrana) que acabou por não se fazer.

---

[293]O jogador Ronaldo Nazário deixaria o clube ao fim da temporada de 1996-1997: apesar do contrato por 6 anos com o FC Barcelona (e do anúncio da sua renovação por Núñez), a Inter de Milão teria feito o depósito da multa rescisória pro FC Barcelona, e adquirido o jogador, o que teria representado uma amarga surpresa pra comunidade blaugrana.

[294]Núñez, inclusive, faria uma foto dias antes do pleito com Jordi Pujol, o que de certa forma demonstrava um apoio velado do CiU, à candidatura dele.

Conforme Bassas Onieva, a temporada seguinte (1997-1998) o clube contrataria o treinador holandês (consagrado no Ajax) Louis Van Gaal (além do brasileiro Rivaldo) e até faria o doblete *Liga* e *Copa do Rei* (o primeiro após 1959) mas o futebol da equipe não impressionaria mais os seus aficionados, e o desgaste da era Núñez confirmava-se mais. Seria uma época em que os aficionados do clube eram já acostumados a contratações de "estrelas", mas Gaal tinha uma política de incorporação de jogadores "normais" (ONIEVA, 2009). Além disso, a personalidade de Gaal parecia contribuir para uma imagem de estagnação do *núñismo* naquele contexto, e ele mesmo se queixaria, depois, que era desprestigiado porque a gestão a qual trabalhava não era afinada ao *catalanismo* (ONIEVA, 2009). Um dos meus entrevistados, o Sr. Ramón Terméns (2017), afirmaria que a gestão Núñez, após 1995, exibia uma imagem decadente, e que não se encaixava àquele momento: mantinha uma boa visão de patrimônio, mas pouco inovava em questão de marketing esportivo.

Seria nessa época que surgiria a plataforma chamada *Elefant Blau* liderada pelo jovem advogado Joan Laporta e Sebastián Roca. Laporta estaria à frente de uma nova geração de barcelonistas, profissionais liberais de sucesso na casa dos 30/40 anos, especialistas de origens diversas (chamados de "chicos de Esade"[295]), associados a figuras reconhecidas do *barcelonismo* (como Armand Carabén e Albert Perrín) com objetivo público declarado de acabar com o *nuñismo*. Outros objetivos eram de limitar os mandatos presidenciais, buscar mais participação dos sócios no clube, reforçar a identidade *tradicional barcelonista* ligada ao *catalanismo* e a filosofia trazida por Cruyff. Ainda, transformar o clube em uma *Sociedad Anónima Deportiva*, controlar os gastos (sobretudo em contratação), dotar o clube de profissionais mais especializados e de ferramentas mais sofisticadas do mundo empresarial, recolocado o *FC Barcelona* na primeira linha do futebol mundial (BARCO, 2015). O grupo teria também o apoio de Cruyff. A *Elefant Blau*, através de 6 mil assinaturas de sócios, conseguiria inclusive convocar a primeira "moció de censura" no clube, contra a gestão Nuñez. Apesar da "moció" ser derrotada, obteria 14.358 votos contra Núñez em março 1998, demarcando a constituição de uma nova oposição consolidada contra o longevo presidente (ONIEVA, 2009).

Um episódio de *mocadorada* (uma espécie de "performance de insatisfação" em que se agitam lenços e jornais no estádio) na desclassificação do *FC Barcelona* frente ao *Valencia CF* (um dos jogos houve uma goleada em favor dos valencianos por 4 a 1), nas semifinais da *UEFA Champions League* (1999-2000), marcaria o fim da era Núñez do clube. Este era o ano (1999) em que o *FC Barcelona* havia comemorado seu centenário, e essa edição da *UEFA Champions League*

[295]Esade é uma Escola de Negócios e Centro de Línguas de referência em Barcelona.

(1999-2000) seria conquistada outra vez pelo Real Madrid, (que já havia vencido em 1997-1998, após 30 anos). Em 2001-2002, novamente o *Real Madri* se sagraria campeão do torneio intercontinental. Núñez pediria demissão após esta partida, sendo acompanhado pelo técnico Van Gaal o qual também sairia, renunciando dois meses de contrato firmado com o clube. Dias depois da demissão de Núñez, este daria uma declaração aos jornais, queixando-se dos grupos midiáticos da *Generalitat* (TV3, *Catalunya Ràdio* e outros), terem criado um mal ambiente, apesar dos títulos ganhos. O ex-presidente também afirmou que havia tentado fazer com que o sócio enxergasse essa questão, mas não havia tido sorte. Essa declaração se revela controversa, ao analisar-se as afirmações de Barco (2015), segundo o qual Núñez sempre tivera o apoio dos meios de comunicação do *Grupo Godó* e sofreria (na verdade) críticas no *Grupo Prisa*. Na sua saída, Núñez faria, ainda, um balanço positivo da sua gestão e do crescimento econômico e social do clube durante os mais de 20 anos da sua presidência (ONIEVA, 2009).

No que diz respeito ao *catalanismo*, Soto (2014) destaca que Núñez (durante todo o período como presidente do clube) nunca fora um promotor muito ativo dele, e não se aliou abertamente ao *CiU* do governo de Jordi Pujol (que governou a *Generalitat*, entre 1980-2003), mas cumpre notar que o Barcelona continuaria, em todo esse período, como símbolo de integração na região, sobretudo porque a sociedade havia experimentado um reforço de catalanização pós-franco. Por outro lado, as juntas de Núñez estariam sempre recheadas de pessoas de perfis catalanistas, vinculadas ao *PSC* e o *CiU* (como Josep Mussons, Jaume Sobrequés ou Nicolau Casaus), que faria de alguma forma o *catalanismo* sempre presente nas suas diretivas.

Com a demissão de Núñez, seriam convocadas eleições em 23 de julho de 2000 e o ex-presidente pediria aos sócios que não votassem em Luis Bassat, porque ele era o candidato unido "aqueles que andavam com pistolas pela ruas" uma referência ao *Elefant Blau*, que apoiava Bassat. Diria, ainda, que Joan Gaspart não representaria o seu continuísmo, mesmo ele tendo estado nas diretorias anteriores por vários anos, inclusive como seu vice-presidente (ONIEVA, 2009).

Barça-Nike pelo mundo. Um centenário cujo tema é catalanidade e o "futuro"

Em 1999-2000, o clube passaria a ser patrocinado pela americana *Nike* (que também começaria a patrocinar a seleção brasileira de futebol), num contrato que lhe rendeu 20 bilhões de pesetas (ou € 120 milhões por 10 anos (LAURENTIIS, 2017). Este contrato teria sido firmado por intermédio do Sandro Rosell, então executivo da *Nike* (futuro presidente do clube). Segundo reportagem do *El País* na época (SERRAS, 1997), o clube rechaçara a proposta da *Kappa* para cobrir

a oferta da empresa americana e lhe pagava 1,3 bilhões de pesetas a título de indenização (o contrato com a empresa italiana ia até 1999), curiosamente o mesmo valor que a empresa italiana havia pago para lhe patrocinar pelos 5 anos. Pelo novo contrato, o *FC Barcelona* receberia, ainda, uma porcentagem na venda do material esportivo, premiações por bom desempenho esportivo, e precisaria disputar alguns amistosos organizados pela multinacional americana. Segundo Figols (2016) a empresa americana, até aquele ano, não trabalhava com futebol e o público alvo e o mercado da *Nike* era o basquete, sobretudo nos EUA. A escolha de patrocinar o *FC Barcelona*, e o aceite da proposta da *Nike* pelo clube, mostraria o quanto o clube estava disposto a expandir sua imagem ao redor do mundo, e o quanto a empresa de material esportivo estava disposta a diversificar o seu mercado. Era um marco de globalização entre duas instituições já protagonistas: a empresa americana que pretendia entrar forte no mundo do futebol, explorar aí o mercado consumidor (promovendo as *identidades consumo*), e os catalães que pretendiam expandir sua notoriedade mundialmente.

Figura 15 - Nike-Barça pelo mundo

Fonte: Camisetas Sport Club (2018).

Sobre as camisa do clube, pode-se se perceber que a partir do período visualizado aparecem vários modelos com cores variadas, como "segundo" uniforme (por exemplo, modelos rosa, amarelo fosforescente, laranja, cinza ou um verde azulado). Isso não era comum antes de 1980, quando até

então entre as "segundas" camisas houve alguns modelos em branco, um modelo em amarelo na temporada 1976-1977 (possivelmente em alusão a *senyera*, num contexto de transição política), e uma "primeira" camisa toda em azul, para um torneio de férias em 1957-1958. Ao que tudo indica, a variedade de cores e a valorização crescente de um "segundo" uniforme tinha relação com o processo de mercantilização do clube, e uma intensificação do objetivo, junto com o patrocinador esportivo, em explorar e otimizar as receitas através da venda de camisas (que passavam a ser distribuídas, plenamente, em escala global) em constante "inovação", em termos de design visual. É provável que essa questão também tenha repercutido na relação entre público e clube, uma vez que a camisa do *FC Barcelona* se tornou cada vez mais um artigo de consumo, e mais fácil de adquirir em qualquer lugar do planeta através da rede de distribuição de uma marca global, como se tornaria a *Nike*. Entretanto, nenhuma camisa branca ou sequer com detalhes em branco foi fabricada desde 1975, a cor do rival *Real Madri* (houve, inclusive, uma grande polêmica no clube em 1992 porque a empresa de materiais esportivos *Kappa* havia colocado detalhes em branco uniforme do *FC Barcelona*).

Por essa época também o clube comemoraria 100 anos, com várias festividades que celebraram a cultura catalã, como uma *senyera gigante* estendida no *Camp Nou* (e nas festividades, inclusive com o apoio de vários artistas consagrados e da mídia), destacando-se um amistoso com a seleção brasileira e a criação de um novo hino. Basicamente a letra deste hino estabelecia uma relação entre os cem anos do clube, que simbolizaria uma forte tradição, além de exalta um presente de protagonismo e de expansão social, e um promissor futuro. Faz também alusão às raízes catalãs do clube, a ligação com a cidade "que une a todos e encoraja" (que não deixa de ser também um elemento de lealdade *tradicional*), e o perfil aberto do clube que poderia crescer forte com gente de toda a parte: "Com més gent de tot arreu" [296]. No centenário, ainda, um novo mascote (também) seria lançado, e que logo se tornaria popular, o "clam" com inspiração surrealista. Era um garoto (o neto de "L´Avi") com apenas um grande olho (que representava a emoção em assistir os jogos do clube, e a expectativa do futuro). O discurso, em geral, parecia ser celebrar a força social da instituição, que havia

[296]A letra em catalão seria: Flama encesa fa cent anys, il·lumina cent vegades / la ciutat bressol del nom que ens uneix i ens encoratja. / Cent vegades més fort, cent vegades més gran, / Futbol Club Barcelona,per molts anys, endavant! / Cent anys, cent anys... / Catalana és la llavor / que s'escampa cent vegades. / Com més gent de tot arreu, / més gran és l'orgull blaugrana./ Cent vegades més fort, cent vegades més gran, / Futbol Club Barcelona,per molts anys, endavant! / Cent anys, cent anys... / Brota al cor un sentiment; / som del Barça cent vegades, / som trofeus i festa i gols, / som l'esclat de Visca el Barça! / Cent vegades més fort, cent vegades més gran, / Futbol Club Barcelona,per molts anys, endavant!. Tradução: Chama acesa há cem anos, ilumina uma centena de vezes / a cidade berço do nome que nos une e nos encoraja. / Cem vezes mais forte, cem vezes maior, / Futbol Club Barcelona, por muitos anos, para a frente! / Cem anos, cem anos ... / Catalana é a semente / que se espalha cem vezes. / Quanto mais pessoas em toda parte, maior o orgulho do Barça. / Cem vezes mais forte, cem vezes maior, / Futbol Club Barcelona, por muitos anos, em frente! / Cem anos, cem anos ... / Fora do coração um sentimento; / Somos do Barça centenas de vezes, somos troféus e festas e gols, somos a explosão do "Visca el Barça!" / Cem vezes mais forte, cem vezes maior, / Futbol Club Barcelona, por muitos anos, em frente! A letra seria de Ramon Solsona, e a composição de Antoni Ros Marbà.

aumentado ao longo da sua história, mas que deveria olhar para o futuro e para frente, consolidando sua posição internacional dentro e fora da Catalunha.

Figura 16 - Clam*, mascote dos 100 anos* do *Barça*

Fonte: acervo do autor.

Um clube global, mas *desencaixado* gerencialmente: o modelo equivocado de Joan Gaspart

Em 2000 o *FC Barcelona* passaria por novas eleições. Entre os sócios (a maioria catalães) parecia disseminada a ideia de que o *núñismo* estava ultrapassado, e que o clube (já globalizado) precisava de uma transição para efetivamente *encaixar-se* aos "novos tempos". O clube tinha já se inserido e estabelecido plenamente laços (e trocas globais), com um público torcedor crescente no exterior, atletas internacionais, patrocinadores e mídia transnacional, mas não havia encontrado ainda um modelo para efetivar essa condição de forma sustentável. O *catalanismo*, cada vez mais forte na sociedade local, ainda era visto com ressalvas por uma parte considerável dos sócios no clube, pois sua inserção mais pronunciada no clube poderia conflitar com as novas demandas de *globalização*. É desse cenário que Gaspart sairia vencedor, uma figura publicamente reconhecida pelas suas ligações com o *PP* (*Partido Popular*; partido conservador de direita e espanholista), e como numerário da *Opus Dei*. Ele era conhecido, também, como "homem forte" do departamento de futebol nas gestões Núñez , fiel aliado em toda trajetória do longevo presidente, além de um passionalismo exacerbado pelo clube (BARCO, 2015). Joan Gaspart era, ainda, um empresário do ramo da hotelaria e tinha como vice Nicolau Casaus, uma figura antiga e muito admirada no clube, ligado às *penyes*. Gaspart trazia um discurso de dedicação exclusiva para sua gestão, e que seria um presidente agregador das diferenças no clube (que seria um discurso muito parecido com o de Núñez). O slogan da sua campanha era "Passió pel Barça", ou seja: "Paixão pelo Barça" (FERNANDEZ, 2008).

Já Bassat (seu principal concorrente) era um publicista, recebera o apoio de Johan Cruyff,

Txiki Begirinstein (ex-atleta, ídolo do *FC Barcelon*a), Joan Laporta e até de Manuel Vázquez Montálban (um dos principais intérpretes do *barcelonismo*, na literatura). Segundo Bassas Onieva (2009), apesar dos apoios, Bassat teria uma imagem vista como distante do mundo do futebol, e a *Elefant Blau*, que lhe dava suporte, estava com uma imagem disseminada de muito radicalismo (imagem muito propagada por Núñez). Bassat trazia, também, uma proposta clara de mudanças, entre elas sobre renovar os grupos *ultras* no *Camp Nou* e erradicar a violência, que era uma demanda de boa parte da massa social, mas confrontativa com parte do núcleo de poder instituído no clube, conformado por alguns integrantes dos *Boixos Nois*.

Joan Gaspart sairia vencedor das eleições de 2000, vencendo a Luis Bassat, por 25.181 votos contra a 19.791. Quase 50 % dos sócios exerceriam seu direito, tendo o clube (naquele momento) pouco mais de 100 mil sócios, nem todos com direito a voto. Aquele fora um pleito de ataques duríssimos (BARCO, 2015). Um dos elementos chaves para vitória de Gaspart, apesar do desgaste de sua imagem (e um ambiente de vontade de mudança), seria o seu apoio sobre o que se chamou de *núñismo sociológico*: um fenômeno cunhado por intelectuais *barcelonistas* (como Ramón Besa, Manuel Vázquez Montálban e Frederic Porta) para referir-se a grupos fieis ao *núñismo*, como as *penyes* ou os sócios mais antigos. A vitória de Gaspart demarcaria assim, consagraria uma vontade de mudança, mas aquela muito prudente, e até conservadora.

Entre vários dos meus entrevistados, afirmou-se que a gestão Gaspart seria uma espécie de continuísmo de Núñez. E de fato, na composição da *Junta Diretiva* de Gaspart se nota alguns remanescentes dos círculos diretivos de Núñez, embora também vários nomes "novos". O clube parecia permanecer ainda organizado em vice-presidências amadoras no plano diretivo, mas associada a um quadro operacional profissional mais sofisticado em relação à época de Josep Lluís Núñez. Isto evidenciava que Gaspart tentava implementar um modelo mais "moderno", mais afinado com as demandas do futebol globalizado e mercantilizado. Nessa perspectiva, destaca-se que Gaspart nomearia um diretor geral (uma espécie de CEO), criando um organograma amplo abaixo deste com 85 (oitenta e cinco) diretivos, procurando acomodar todas as correntes da "família barcelonista" dentro do clube (BARCO, 2015), o que sugeria uma nova reconfiguração do clube apartando mais a parte social (do clube) da parte empresarial. Parece ser dentro dessa perspectiva, também, que elaborou-se (e se instituiu) um novo estatuto para o *FC Barcelona* (sofisticando mais, também, a organização da sua parte social), em 2002. Nele volta-se a sublinhar o compromisso de catalanidade do clube (tal como já sublinhava o estatuto anterior, de 1991) incluindo outras mudanças significativas, como o destaque maior à polidesportividade da agremiação. Instituía, ainda, categorias de *penysta* e *simpatizantes* como sendo também parte do clube em termos formais e que mereciam

ser representados em assembleia de alguma forma.

Nesta perspectiva, ainda, em termos de busca de novas receitas, Gaspart implantaria o sistema do *Seient Lliure* (algo como "assento livre"): um sistema pelo qual os sócios poderiam alugar (por intermédio do clube) seus assentos nas partidas que não fossem (o estádio sempre conviveu com públicos próximos a lotação da sua capacidade), recebendo em espécie ou em descontos na mensalidade de sócio, dividindo meio a meio o valor da venda do bilhete com o clube (MUNDO DEPORTIVO, 2001)[297]. O *Seient Lliure* evidenciava já o Barça como um clube global, e cujas partidas figuravam já como "parada obrigatória" no circuito dos turistas na cidade. Paralelamente o clube desenvolveria uma campanha para aumento de sócios (locais) denominada "Gent del Barça" (um carnê remodelado com várias vantagens), e teria reorganizado a estrutura das *penyes* do clube, segundo um dos meus entrevistados, o Sr. Ramón Termens, sendo ele mesmo responsável em 2003 (TERMÉNS, 2017). As *penyes* seriam divididas de acordo com a proximidade do clube (se da Catalunha, Espanha ou Mundo), buscando otimizar as relações diferenciadas com elas, pois haveria diferenças acentuadas de convívio entre essas *penyes* e o clube em termos de proximidade e interação com os jogos do *FC Barcelona* no *Camp Nou*. Termens também destacou que foi por essa época que o projeto de *La Masia* teve grande desenvolvimento, pois seria nesse momento que jogadores importantes seriam revelados na equipe principal. Em termos patrimoniais e esportivos, teria se colocado a pedra fundamental da *Ciutat Esportiva de San Joan Despí*, um centro de treinamentos e formação de atletas muito sofisticado e grande (que seria inaugurado em 2006), e participado do projeto de remodelação da loja do clube no *Camp Nou* em parceria com a *Nike,* reinaugurada em março de 2003, uma *Megastore* sofisticada a *FC Botiga*.

Finalmente, aconteceria ainda, modificações no escudo, destinadas a facilitar sua reprodução, provavelmente em aparelhos eletrônicos, tal como computadores e celulares, além de peças publicitárias:

> O escudo atual se baseia em uma adaptação feita pelo designer Claret Serrahima em 2002, onde as linhas são um pouco mais estilizadas, os pontos entre as letras foram retirados, o nome foi diminuído e há menos bordas com pontas. As linhas nesse desenho mais recente são mais simples, para facilitar a reprodução do escudo e da identidade corporativa do clube em diferentes formatos (SITE DO CLUBE, 2018).

[297]Cf. Mundo Deportivo, 14 de jul. 2001, pg 5.

Figura 17 - Um escudo mais afinado as novas demandas gráficas

Fonte: Site do clube (2018).

O modelo de Gaspart, entretanto, acabaria não obtendo êxito: nos inícios de 2003 o clube se situaria como o mais endividado da Espanha (CAMPUZANO, 2013) e com resultados esportivos considerados muito ruins, pelos meus entrevistados e memorialistas: Bassas Onieva (2009), por exemplo, a denominaria como sendo de "tres anys perduts" (três anos perdidos).

Já em seus inícios, apenas um dia depois de eleito Joan Gaspart, o clube já perderia o jogador português Figo (eleito naquele ano o melhor jogador do mundo), para o rival *Real Madri* (cujas eleições ganharia Florentino Pérez, que prometera antes a contratação do jogador português), o qual pagaria a multa recisória (€ 60 milhões) e adquiriria o jogador, gerando surpresa e ressentimento nos aficionados blaugranas (torcedores do *FC Barcelona*) (BARCO, 2015). Figo havia dado uma entrevista, dias antes da contratação, afirmando que ficaria no clube catalão, e no clássico entre *culers* e *merengues* daquele ano, o jogador enfrentaria um clima de grande hostilidade na partida jogada no *Camp Nou*[298]. O Sr. Termens (2017) destacaria o mal-uso do dinheiro gerado pela transferência de Figo, como um legado/marca ruim daquela gestão.

Paralelamente e paulatinamente, cresceria a sensação (nos círculos barcelonistas) como um período de temporadas muito abaixo da média, mesmo com gastos consideráveis em contratações de jogadores consagrados (como na temporada 2001-2002, em que se trouxe o argentino Javier Saviola, os brasileiros Geovanni e Fabio Rochemback, o francês Philippe Christanval e o sueco Patrick Anderson). O clube seria eliminado em diferentes momentos por equipes inexpressivas na Copa Catalunya e na Copa do Rei. O público no estádio ia, também, cada vez mais reduzindo em números

[298]Luís Figo era conhecido publicamente como amigo de Josep Guardiola, e já havia carregado a faixa de capitão da equipe. A reação à sua "traição" foi forte, com a polícia sendo convocada para protege-lo em Barcelona e, inclusive, com moedas, garrafas, telefones e até a cabeça de um porco sendo arremessada em sua direção, durante o jogo contra o Real Madrid, no Camp Nou. Logo após a sua aquisição pelo Real Madrid, o presidente Joan Gaspart fez declarações bem polêmicas na imprensa, e o clube anunciaria que todas as camisas vendidas com o seu nome, podiam ter retiradas (gratuitamente) o nome do jogador. Anos depois, na final da Eurocopa em Portugal (2002), um torcedor do FC Barcelona invadiria o campo e jogaria um cachecol do clube no rosto do jogador português.

(esvaziamento que seria também provocada pela violência de grupos *ultras*), chegando a números que lembravam a "travessía do deserto" de 1960-1974 (quando o clube teve um grande período de falta de títulos). Os torcedores que permaneciam indo a campo, a cada jogo, passariam a vaiar e pedir a saída do presidente, num contexto que o departamento de futebol consagrava uma imagem de não ter muito planejamento e profissionalismo (BARCO, 2015). Nos inícios de 2002 o clube perdia as semifinais para o *Real Madri* (que se tornaria o campeão) na *Uefa Champions League*, agravando a situação, época em que as *penyes* também já se movimentavam contra Gaspart.

Ao longo da presidência de Gaspart, haveria um crescimento do sentimento (entre os sócios e torcedores na Catalunha e Espanha) de que o clube não tinha condições de lutar por títulos, e que figurava cada vez mais como perdedor, longe do almejado protagonismo europeu. O sentimento fatalista, vitimista e de incapacidade, parecia voltar a assombrar os *barcelonistas* locais (BARCO, 2015)[299]. Isto, num cenário esportivo extremamente empresarial e de *espetacularização* do desporto, em que o rival *Real Madri* já era um dos principais protagonistas mundiais, com os chamados *galácticos* (equipe de jogadores consagrados mundialmente) com três novas conquistas na *Champions League* desde 1997/1998. E neste momento, o *clube merengue*, sob a presidência de Florentino Perez, vinha implantando (desde 2000) um paradigma de gestão executiva e extremamente profissionalizada no nível diretor e, na qual, os conselhos do clube figuravam mais numa posição de liderança política, consultiva e fiscalizadora. A imagem de Florentino e do *Real Madri*, naquele momento, também vinha associada a uma espécie de *espanholismo* que muitos *barcelonistas* catalães mais se ressentiam: os desmandos do governo de Castela a todo Estado espanhol em favor de si. Naquela ocasião, este *espanholismo* ascenderia sob a alcunha de *pelotazo*: um movimento da requalificação de terrenos do *Centro de Treinamentos* do clube madrilenho com ajuda do governo local e nacional (em 2000), e que possibilitou a injeção de quase meio bilhão de euros nas contas do *Real Madri*. Assim, um clube que tinha ameaça de quebra, passaria a ser conhecido como a "seleção de galácticos" com contratações mundiais (DUCH, 2004).

O ápice da rejeição da gestão de Joan Gaspart se daria em uma derrota do clube para o *Sevilha FC* (15 de dezembro de 2002), no *Camp Nou*, pelo placar de 0 a 3, em que o presidente levaria uma *mocadorada* (espécie de uma performance de vaias, com agitação de lenços e jornais) e seria filmado publicamente no estádio numa posição de isolamento e tristeza. Em 12 de fevereiro, Gaspart

[299]Nessa época o *PP*, através de José María Aznar, estava apoiando a invasão dos Estados Unidos no Iraque, e isto provocou fortes reações e manifestações na Espanha e, sobretudo, na Catalunha. Isso certamente prejudicava mais a imagem de Gaspart, uma figura publicamente conhecida como ligada ao PP.

demitiu-se[300] em meio a preparação de uma "moció de censura" (moção de censura, dispositivo estatutário que poderia corroborar em uma espécie de *impeachment*) contra ele, com o clube próximo a zona do rebaixamento na *Liga* e já altamente endividado (BASSANS, 2009). Com a demissão de Gaspart, assumiria seu então vice-presidente, Enric Reyna, um construtor e promotor imobiliário de 62 anos (Reyna, como Núñez era uma expressão do *boom* imobiliário que havia começado em Barcelona, a partir de 1970). Entretanto, a gestão de Reyna duraria apenas três meses, demitindo-se após esse período toda sua junta. Uma comissão gestora assumiria o clube até as novas eleições naquele ano.

"Os garotos do Power Point": ruptura, sofisticação, *catalanismo* e um *encaixe* à *globalização*

As eleições de 2003 seriam demarcadas por um desejo de uma mudança radical na comunidade *barcelonista* (BASSANS, 2009). Seis candidatos se apresentariam para aquele pleito. Lluís Bassat seria inicialmente o candidato favorito (inclusive com o apoio de Pep Guardiola, na época um respeitado ex-atleta), mas a candidatura liderada por Joan Laporta acabaria crescendo muito durante o processo eleitoral, mesmo despertando desconfianças nos sócios quanto a sua inexperiência no mundo do futebol. O slogan da candidatura de Laporta afirmava "Primer el Barça. Després també!" ("Primeiro o Barça. Depois também!") e se apresentava com a ideia de que seria a única que oferecia uma efetiva renovação total do clube (FERNANDEZ, 2008). Ascendendo como um grupo de jovens diretivos (algo incomum na história do *FC Barcelona*), mas que ao mesmo tempo eram provenientes da Catalunha, e sócios influentes do clube, eles propunham democratizar, catalanizar e melhor gerir a instituição financeiramente, retomando seu lugar de protagonismo midiático.

Santacana (2017) afirmou que Laporta e seu grupo adquiriram uma simbologia de modernidade, conexão com o mundo empresarial globalizado, e ficariam conhecido como "*los chicos del powerpoint*". Seriam figuras bem sucedidas e referenciais das *identidades ethos-trabalho*, e refletiam ainda a geração *baby boom* catalã, que ascende à vida universitária e profissional no pós-franquismo. Ao núcleo original do *Elefant Blau* de Joan Laporta, se somariam outros jovens profissionais formados em escolas de negócios, de sucesso no mundo empresarial (em uma Catalunha já extremamente globalizada, e que vivenciava um crescimento econômico forte desde meados de 1980) que se destacavam pelas suas especializações (gestão, negócios, marketing, economia, etc.),

[300] José Maldonado, secretario de esportes da Generalitat e ligado a CiU, conversaria com Gaspart e convenceria ele a pedir demissão do cargo, o que ficaria conhecido como "Pacto Maldonado". Antes disso Artur Mas, figura forte dentro do CiU, já havia se manifestado publicamente pedindo a sua demissão (BARCO, 2015).

pelo discurso corporativo, pela racionalidade, além do domínio em línguas, particularmente o inglês. Laporta, por exemplo, era um jovem advogado reconhecido em Barcelona, e casado com a filha do representante da *Nissan Motor Ibérica*, na Catalunha. Sandro Rosell, com várias especializações em gestão, era então um alto executivo da *Nike* (representante na Espanha, Portugal e Brasil) que tinha trajetória em empresas destacadas na região, na *ISL* (*International Sport Leisure*, empresa multinacional de marketing esportivo, surgida na Suíça), e pela participação no comitê que organizou as Olimpíadas de 1992. Ferran Soriano, um consultor executivo (também com várias especializações) que fizera fortuna com sua empresa (especializada em comunicações) *Cluster Consulting* (em parceria com outro jovem empresário, Marc Ingla, que também participava do grupo de Laporta). Soriano depois escreveria um livro sobre a gestão, muito conhecido nos meios esportivos, denominado no Brasil "A bola não entra por acaso", e mais recentemente também trabalharia no *Manchester City*. A diretiva de Laporta certamente inaugura no *FC Barcelona* o pensamento *estratégico* e *corporativo*, já hegemônico em empresas multinacionais. A inspiração era o modelo do *Manchester United*, implementado cerca de uma década antes, e visto como muito bem sucedido (SORIANO, 2010).

Segundo Soto (2014) a campanha de Joan Laporta contava com o apoio dado pelo *ERC* (*Esquerra Republicana de Catalunya*)[301], e também por alguns catalanistas de direita, membros da *CiU*, que preferiam o jovem advogado ao *establishment* representado por Lluís Bassat, o qual era apoiado publicamente pela *CiU* (como já acontecera em 2000). As apresentações públicas do grupo de Joan Laporta, antes do pleito, impressionariam muito mais do que a de Bassat (BARCO, 2015). Segundo um dos meus entrevistados em Barcelona, Ricard Huguet (2018), que participava do grupo de Bassat, eles mesmos ficariam impressionados com o preparo da equipe de Joan Laporta. Laporta também contaria com o apoio do banco Sabadell, que avalizara economicamente sua candidatura (era preciso um depósito em € 25,5 milhões, a título de garantia, para concorrer ao pleito), e na campanha ele propagandeava a contratação do astro David Beckham (que, na verdade, acabaria sendo adquirido pelo *Real Madri*). O posicionamento pró-catalanista e independentista[302] de Laporta eram também muito claros, e ele frequentemente afirmava que a Catalunha seria um oásis de modernidade, riqueza e democracia, em meio a uma Espanha castelhana atrasada e pilhadora que a sufocava (SOTO, 2014).

Joan Laporta acabaria eleito com 27.138 votos contra 16.412 de Bassat, e houve até então maior participação de sócios em eleições do clube, 54,72%. Teriam votado 50.745 sócios, dos 94.339

[301]Partido autodeclarado independentista e social democrata na Catalunha

[302]Joan laporta havia feito parte, nos anos 1990, do Partido pela Independência (Partit per La Independència), e após deixar o clube, em 2010, fundaria o partido Democràcia Catalana (BARCO, 2015), integrando-se postriormente a *Solidaritat Catalana per La Independància*.

que tinham direito (num universo de cerca de 105 mil sócios). Sobre as eleições daquele ano, Bassas Onieva afirma: "El desig de canvi radical era tan generalitzat que de les urnes nomes podia sortir um presidente netamente rupturista."[303] (ONIEVA, 2009:226). Vale destacar que os dois candidatos eram pró-catalanistas (em termos de gestão do clube) – embora a candidatura de Laporta parecesse mais proeminente neste sentido – o que demonstraria ser este um tema de consenso (naquele momento) entre os sócios do clube. Com a vitória de Laporta, *tradição* e *modernização* do clube passavam cada vez mais a ser consagrados como interligados e não como conflitantes.

Na junta diretiva, destacar-se-iam Sandro Rosell na parte esportiva, e Ferran Soriano, na parte econômica. Eles desenvolveriam um plano estratégico para o clube, baseados em pilares que atenderiam, ao mesmo tempo, as demandas dos sócios, *stakeholders* e os torcedores em geral: contratações e vitórias expressivas, além do reforço da *catalanidade* do clube[304]. Este planejamento acontecia sob a percepção de um contexto de alto inflacionamento do valor e salários de jogadores (pelo que se investiria também muito nas categorias de base do clube), e ascensão de concorrentes aos quais precisavam diferenciar-se: como o *Chelsea* (2003) ou o *Manchester City* (2008), que passaram a receber aportes expressivos de investidores acionistas, ou mesmo o *Real Madri* que tinha muita força na Espanha[305] (em termos de público, enquanto o *FC Barcelona* era mais forte fora do Estado espanhol) e recebera um suporte financeiro alto, em uma operação junto ao governo (requalificação dos seus terrenos, o "*pelotazo*"). A nova estratégia do *FC Barcelona* basear-se-ia pelo chamado "círculo virtuoso"[306]:

> A la pregunta de com pensaven reflotar l Club responien que amb el "circle virtuós": fitxar els millors jugadors com a primer pass per aspirar a títols, de manera que el Club tornaria a la primera línia mediática mundial, la qual cosa proporcionaria noves fonts d´iingressos amb les quals racionalitzar la despesa, guanyar capacitat per pagar fitxes elevades i continuar

[303]O desejo de mudança radical era tão generalizado que das urnas só poderia sair um presidente realmente rupturista.
[304]"Não vale, pois, ser escrupuloso na representação e não ganhar, tampouco vale ganhar a qualquer preço, esquecendo as nossas origens e a essência de quem somos e onde viemos"; "O Barça é mais do que um clube na Catalunha, mas também é mais do que um clube em toda a Espanha, onde em algumas épocas foi visto como time alternativo, ou até como o time dos progressistas" (SORIANO, 2010).
[305]Em 2005-06 uma pesquisa revelava que apenas 23% da audiência do FC Barcelona vinha da Espanha, enquanto resto (77%) seria de outras partes do mundo. Esse percentual de espectadores na Espanha poderia atingir 10% para partidas do clube na Liga dos Campeões (com amplo destaque para o resto da Europa e em menor medida Ásia). Por essa época, o clube contabilizava 50 milhões de torcedores na Europa (fora da Espanha) e 10 milhões nos Estados Unidos (SORIANO, 2010).
[306]A outras estratégias, rechaçada, seria priorizar o saneamento financeiro do clube. Mas isto implicaria uma nova "Travessia do Deserto", e talvez a perda do "trem" da globalização esportiva, pois o clube era naquele momento a 13ªpotencia em termos financeiros, no futebol, ou seja, não protagonista. "A revisão das vantagens competitivas do Barcelona perante seus rivais nos levou a decidir uma estratégia de rápido crescimento baseada na construção de uma equipe capaz de aspirar a todos os títulos, financiada por uma agressiva estratégia comercial e diferenciando-nos dos competidores pela nossa marca, carregada de valores universais e apoiada pela sua massa social. Sermos grandes e diferentes, respeitando a essência centenária do Barça" (SORIANO, 2010).

> reforçant l équip (ONIEVA, 2009: 226)[307].

O historiador Carles Santacana descreve da seguinte forma a referida *Junta*:

> Certament, la nova directiva era formada sobretot per dirigentes joves (els vicepresidents eren Albert Vicens, Sandro Rosell, Ferran Soriano, Marc Ingla i Alfons Godall, el secretari Xavier Cambra, i el tresorer Jaume Ferrer), vinculats la majoria a sectors econòmics emergentes, molt dinàmics, que van començar a canviar el fons però també les formes d´actuació. L´expressió que sintetizava els seus objectius era la del cercle virtuós, que es va popularitzar bem rapidamente. Sintèticament, es tractava d´enfortir socialmente i econòmica l´entitat, per fer possible un equip esportivamente guanyador, que realimentaria la dimensió social de l´entitat (SANTACANA, 2009:229)[308].

Em sua gestão à frente do *FC Barcelona*, a gestão Laporta buscaria reaproximar firmemente o clube dos valores catalães, como (por exemplo) através de várias medidas: inserção de uma pequena bandeira *Senyera* atrás da camisa do clube; exibição da *Senyera*, então considerada a maior do mundo no *Camp Nou*, a retirada da bandeira da Espanha de *La Masia*; a acolhida da campanha anual em favor da lingua catalã (*Correlengua*); colaborou com a busca dos restos mortais do ex-presidente do clube Josep Sunyol (fuzilado durante a guerra civil na Espanha, em 1936-1939); autorizou uma faixa de apoio ao *Estatuto de Autonomia* da Catalunha de 2006; deu respaldo público à inserção da TV3 (catalã) na comunidade Valenciana (região considerada parte dos "países catalães") além de propor aulas de catalão aos jogadores contratados (SOTO, 2014; BARCO, 2015). Sobre a intenção de aproximação com o *catalanismo*, as *Memórias do Clube* de 2003-04 (2004) não deixam dúvidas:

> La Junta Directiva, que encabeza Joan Laporta, cogió el Club con un propósito muy definido: despertar la vertiente simbólica de la Entidad. Es decir, hacer que el Barça volviera a latir al compás de los acontecimientos que preocupan a los barcelonistas y a los catalanes. Se trataba de potenciar los valores que a lo largo de la historia han caracterizado al *FC Barcelona* y que lo han hecho ser lo que es: un club estrechamente vinculado a la ciudad y al país. Estos valores se resumen en tres: el civismo, el catalanismo y la universalidad (MEMÓRIAS DO CLUBE DE 2003-04, 2004:66)[309].

Segundo Santacana, a nova diretiva promoveu, ainda, a treinamentos da equipe em lugares

---

[307]À questão de como eles pensavam em recuperar o clube respondiam que com o "círculo virtuoso": contratar os melhores jogadores como o primeiro passo para aspirar aos títulos, para que o clube voltasse para a primeira linha global de mídia, que daria novas fontes de receitas com as quais se racionalizaria a despesa, e também capacidade para contratar jogadores mais valorizados, e então continuar reforçando a equipe.

[308]Certamente, a nova diretiva foi formada principalmente por jovens líderes (os vice-presidentes foram Albert Vicens, Sandro Rosell, Ferran Soriano, Marc Ingla e Alfons Godall, o secretário Xavier Cambra e o tesoureiro Jaume Ferdall, o secretário Xavier Cambra, e o tesoureiro Jaume Ferrer), ligada principalmente aos setores econômicos emergentes, muito dinâmicos, que começaram a mudar a fundo, mas também os modos de ação. A expressão que sintetizava seus objetivos era a do círculo virtuoso, que se popularizava rapidamente. Sinteticamente, era uma questão de fortalecer a sociedade social e economicamente, a fim de tornar possível uma equipe vencedora esportiva que reforçaria a dimensão social da entidade.

[309]"A junta diretiva, liderada por Joan Laporta, assumiu o clube com um objetivo muito definido: despertar o aspecto simbólico da Entidade. Isto é, para fazer que o Barça voltasse a bater em compasso aos acontecimentos que preocupam os barcelonistas e aos catalães. Tratava-se de evidenciar os valores que caracterizaram o FC Barcelona ao longo da história e que fizeram dele o que é: um clube intimamente ligado à cidade e ao país. Estes valores estão resumidos em três: civismo, catalanismo e universalidade.".

diferentes da cidade, tal como dos próprios encontros da *Junta* não restritos aos escritórios do *Camp Nou* visando explicitar mais essa associação (SANTACANA, 2009). Esse simbolismo do *FC Barcelona*, e uma ligação mais estreita com a Catalunha[310], teriam sido muito criticados por torcedores (ou *penyes*) de fora da Catalunha, como sendo de uso político por aquela diretiva (SOTO, 2014). Além da ligação com o *catalanismo*, a preocupação com símbolos do passado do clube, também aconteceu. Por exemplo, para a apresentação anual do plantel, a nova diretoria revitalizou a partida/disputa antiga do troféu *Joan Gamper*, em que se convidava uma equipe estrangeira para ocasião, reunindo assim uma antiga *tradição*, mas associando-a com as demandas midiáticas do clube.

No plano da estrutura administrativa, a gestão Laporta demitiria 7 dos 9 executivos que formavam o comitê de direção (recrutando outros do mundo empresarial, embora até aquele momento alheios ao futebol), e organizaria o clube provisoriamente em grupos de trabalho e de projetos. Já numa segunda fase, implantariam um organograma empresarial, com profissionais executivos, que seriam altamente qualificados (em diferentes especialidades), motivados e coordenados[311]. Na parte desportiva o jogador basco Txiki Begiristain (ex-ídolo do clube) e o holandês Frank Rijkaard ascendiam no comando técnico. Em campo, o projeto colocava o brasileiro Ronaldinho Gaúcho (uma contratação difícil e de impacto) como aquele quem daria o "futebol bonito", a "cara" e o "carisma" para um *FC Barcelona* global (SORIANO, 2010). Ronaldinho representava uma "meta" planejada daquela gestão, baseada na elevação do clube à primeira linha midiática mundial através da contratação de uma "celebridade" esportiva[312], e a missão de resgatar o "jogo bonito" *tradicional* do clube. Paulatinamente, o *FC Barcelona* passaria a reforçar também a política de promover jogadores "feitos em casa", seja por questões financeiras ou também pelo marketing de valorizar as raízes catalãs, embora neste aspecto tenha encontrado narrativas que valorizaram o trabalho ainda na gestão Núñez ou Gaspart, com Van Gaal (TERMENS, 2017; PERARNAU, 2011). Ainda no aspecto de

[310]Segundo Barco: "Esta apertura del club a todas las comarcas catalanas se debía a la idea de Ferrán Soriano de que la estrategia de futuro del club no podía basarse solo en critérios económicos y empresariales: "El cariz emocional del fútbol y los aspectos de identidad que vinculan al FC Barcelona con Cataluña son esenciales. De hecho, la perspectivaemocional y de identificación con determinados valores cada vez está más presente y juega un papel más preponderante en muchas marcas y productos" (BARCO, 2015: 350-351).

[311]Segundo Soriano, o clube era antes ali orientado por "crendices" dos seus diretivos, sistema administrativo baseado no voluntarismo e sem remuneração, mas depois se configurava numa estrutura altamente profissional e pautada por conceitos sofisticados de gestão: "A organização que tinha o Barcelona no verão de 2008, cinco anos depois da mudança na diretoria, não deve nada à de nenhuma multinacional. Nem na qualidade dos profissionais nem na estrutura organizacional (SORIANO, 2010).

[312]Apesar da dificuldade da contratação de Ronaldinho (que teria propostas do Manchester United e Real Madrid, naquele momento, contexto em que as relações de Sandro Rosell com a Nike, e com o jogador, teriam sido decisivas), o FC Barcelona historicamente teria um capital simbólico e financeiro na Europa e no mundo (desde há muito tempo) para atrair jogadores (SORIANO, 2010)

valorizar as categorias de base, o clube promoveria, na gestão Laporta, uma nova política para manter (e proteger) as jovens promessas no clube (SORIANO, 2010)[313].

Em termos de desempenho propriamente esportivo, apesar de um início preocupante daquela gestão (em que o clube perdeu várias partidas no início da temporada 2003/2004), o projeto ascenderia, destacando-se a conquista de duas *Ligas* (2004/2005 e 2005/2006) e a segunda *UEFA Champions League* dos catalães (2005/2006). Entretanto, aquela equipe teria, já posteriormente, queda no nível de rendimento - também falta de motivação e "problemas de vestiário", segundo Soriano (2010) - de modo que seria reformulada para a temporada 2008/2009 (paralelo à própria diretiva que enfrentaria sérias críticas).

Em termos econômicos, com Laporta o clube implantaria uma política de auditoria e corte de gastos internos, levantaria empréstimos junto a instituições financeiras, renegociaria e estabeleceria um plano de pagamento das dívidas (no momento em que entraram, seriam muito altas e dispersas) além de implementar novos contratos com os jogadores (com a implantação do modelo por produtividade), que onerassem menos a capacidade de pagamento da agremiação (e que permitiriam a contratação de atletas de referência num período brevemente posterior). O modelo de contratação de atletas (nas temporadas seguintes) passaria se fazer também, a partir de criteriosas análises prévias de desempenho, e do arquivamento em um amplo banco de dados de informações sobre atletas, buscando-se momentos favoráveis de "janelas" para propostas e negociações (SORIANO, 2010). Somava-se a tudo isso, um novo contrato de TV assinado ainda em 1999 (gestão Núñez) muito favorável ao clube, pois liberou conseguir receitas consideráveis para o clube vindas do sistema *pay-per*-view (inclusive a partir de canal próprio).

Nas *Memórias do Clube* de 2003-04 (2004), o clube anunciava que estava investindo no desenvolvimento e consolidação da sua marca, objetivando entrar em mercados estratégicos como Estados Unidos e Ásia. Em relação a essa questão, Ginesta (2011), destaca que as "giras" do clube se tornariam comum no início das temporadas, desde 2003: às vezes o clube indo aos Estados Unidos, ou para Ásia (onde elas costumavam ser mais rentáveis). Ainda, nas memórias de 2003-04, o clube afirmava que estava buscando maximizar as receitas em várias frentes, tais como "...patrocinios, derechos audiovisuales, desarrollo internacional, merchandising, telefonía móvil e internet"[314] (MEMÓRIAS DO CLUBE DE 2003-04, 2004:66). Destaca ainda o lançamento de cartões VISA para o sócio e a criação dos *Barça Toons*, personagens animados para conquistar o público infantil nas

[313]Soriano (2010) destaca que por essa época (antes da nova diretiva assumir) o clube perderia atletas destacados da base para equipes inglesas, como Césc Fabregas e Fran Mérida (para o Arsenal), e Gerard Piqué (para Manchester United).
[314] "...patrocinios, direitos audiovisuais, desenvolvimento internacional, merchandising, telefonia móvel e internet.".

mídias. Neste particular se verá que cada vez mais o clube passará a investir na conquista do público infantil local (mas também de fora), com a promoção já de conteúdo digital e programas de relacionamento específicos (e oferta de eventos de lazer), através (por exemplo) da campanha "Creix amb el Barça" (Crescer com o Barça).

Também, intensificou-se a promoção do *Camp Nou* como espaço para eventos; a disponibilização da página do clube já em japonês e chinês; a associação com as empresas de vídeo-games *Play Station* e *XBOX* , e (ainda) a promoção das partidas do clube no *estádio*, através de conceitos temáticos. Além disso, anunciava -se que o clube havia readquirido os direitos sobre o *Canal Barça*, e investido na sua remodelagem passando a se chamar *Barça TV*, incrementando-se a sua programação. Festejavam, ainda, que ao final daquele ano o clube tinha crescido de 10 mil para 50 mil assinantes (a maioria da Catalunha) deste canal (SORIANO, 2010), afirmando que o objetivo seria tornar o canal referência na venda de *Pay Per View* aos sócios. Finalmente, anunciava-se que entre os patrocinadores oficiais do clube, estavam naquele momento empresas destacadas da Catalunha (outras da Espanha), mas também protagonistas multinacionais globais (como do Japão ou Estados Unidos)[315].

Barça e UNICEF contra *atomização*: *Més que un club al Món*

> E a suposta globalização de uma equipe como o Barcelona, onde jogam Messi, Alves, Sánchez e Iniesta, não pode desvincular-se do funcionamento tribal da equipe catalã: apesar de suas tradições holandesas e suas estrelas globais, o Barcelona não pode, nem deseja, deixar de ser o símbolo de uma identidade local: a representação regional catalã perante o centralismo do estado espanhol (ALABARCES, 2012).

Um dos legados mais destacados entre historiadores, memorialistas e memórias dos meus entrevistados em Barcelona, sobre a gestão Laporta, foi a remodelagem da identidade corporativa do clube numa associação com a *UNICEF* e a Catalunha, no sentido de globalizar o clube. Destaco os seguintes relatos dos aficionados:

> …a mí, lo que me gusta respecto al marketing que se llevó a cabo durante la gestión de Laporta, es por ejemplo la publicidad que llevamos con *UNICEF*. El *Barça* pagaba por tener, por poder llevar eso y creo que, bueno, eso primera vez que esto pasaba en cualquier equipo. Y creo que esto es brutal, esta era una imagen increíble a nivel exterior. Prefiero a 50 mil veces pagar un sponsor que sea como *UNICEF*, que de buena imagen al club, que no pagar por llevar *Qatar Foundantions,* o *Qatar Airways* [patrocinadores do *FC Barcelona* desde 2011], o…esto es vender el club! A mí no me gusta, no creo que represente al club. Que después da dinero y podemos hacer cosas con esto dinero ok, pero se ve que en la época Laporta sin el dinero que ahora que nos da *Qatar Airways* también hacíamos las cosas bien

[315]Como a TV3 da Catalunha, Coca-cola, Nike, Telefónica, Estrella Damm , o banco La Caixa; teriam também o apoio da Sanitas, Fujifilm, Toshiba e RACC e outros colaboradores.

(MARI, 2017)[316].

> El *Barça* es un referente mundial pero no solamente por el Fútbol. Es referente por el Baloncesto, por el Balonmano, por el Hockey, por el waterpolo…y en el plan social por su implicación con los problemas que acontecen en el mundo. Sobre todo, la implicación con *UNICEF* es máxima y eso nos llena de orgullo. El año pasado nuestra peña colaboró comprando balones solidarios para la lucha contra las enfermedades raras que tenía como colaborador máximo a Andrés Iniesta (SUSO, 2017)[317].

> [Més que un club]…esa es una frase muy acertada, es una frase muy acertada porque, a parte evidentemente de mostrar como una carta de presentación, es decir: "Esto no es solo una equipo de fútbol, sino que tras de nuestro hay una afirmación de país de sentimiento y tal…". Yo creo que también hace…tiene que ver un poco con el hecho de intentar no ser un club 100% mercantilista […] no perder la esencia de lo que tú eres, la palabra "Més que un Club" evidentemente hace referencia a que no solo los somos solo un equipo del fútbol, sino que representamos los anillos de la libertad de un país, enfocados con el Futbol Club Barcelona […] pero también es hecho de decir: "No somos como una equipo normal de fútbol que solo és el fútbol y vivo por el dinero del futbol y tal. Nosotros tenemos unos valores un poco más universales…" [error] "…llevo *UNICEF* ", vale, es una muestra de que…es decir: "Mira, yo no pongo aquí una marca, sino que llevo *UNICEF* encima de lo dinero y tal…" eso son detalles que tú te puedas presentar como una equipo un poco diferente del resto. Lo que pasa, que sí que es verdad, y yo entiendo que es complicado hoy en día con la cantidad de ingresos que necesitas que tú no…que tú puedas permitir el lujo de no ingresar con la publicidad (JOSEP, 2017)[318].

Essa remodelagem teve como um dos seus primeiros capítulos a ocasião em que Laporta apresentou, na sua primeira reunião com os sócios compromissários[319], a proposta e necessidade de estampar uma marca na camisa para adquirir outra fonte de receitas, o que foi aprovado por ampla

---

[316]"... para mim, o que eu gosto sobre o marketing que aconteceu durante a gestão de Laporta era, por exemplo, a publicidade que levamos com o Unicef. O Barça pagava para ter, para poder levar isso e eu acho, que interessante, foi a primeira vez que isso aconteceu em qualquer time. Eu acredito que isso foi sensacional, esta foi uma imagem incrível no plano exterior. Eu prefiro 50 mil vezes para pagar um patrocinador que seja como a Unicef, que ofereça uma boa imagem para o clube, que não pagar para estampar Qatar Foundantions, ou Qatar Airways, ou ... isso é vender o clube! Eu não gosto disso, eu não acho que representa o clube. Que depois dá dinheiro e nós podemos fazer as coisas com esse dinheiro ok, mas você pode ver que na era Laporta sem o dinheiro, que a Qatar Airways agora nos dá, nós também fizemos as coisas bem.".

[317]"O Barça é uma referência mundial, mas não apenas para o futebol. É uma referência para o basquetebol, para o handebol, para o hóquei, para o polo aquático ... e no plano social, para o seu envolvimento com os problemas que ocorrem no mundo. Acima de tudo, o envolvimento com a Unicef é o máximo e isso nos enche de orgulho. No ano passado, nossa peña colaborou na compra de bolas numa campanha de solidariedade para o combate às doenças raras que tiveram como máximo colaborador o Andrés Iniesta (SUSO, 2017).".

[318]"[Més que un club] ... essa é uma frase muito apropriada, é uma frase muito apropriada porque, além de mostrar claramente como uma carta de apresentação, significa: 'Este não é apenas um time de futebol, mas existe um país, uma afirmação de sentimento e tal ...'. Eu acho que também tem ... tem um pouco do fato de tentar não ser um clube 100% mercantilista [...] não perdendo a essência do que você é, a palavra 'Mês que un Club' evidentemente se refere a isso, que não somos apenas um time de futebol, mas representamos os anéis de liberdade de um país, focados no Futbol Club Barcelona [...] mas também se diz: 'Não somos como um time de futebol normal que é apenas o futebol e eu vivo para o dinheiro do futebol e tal. Temos valores que são um pouco mais universais' 'Tenho o Unicef', entende, é uma amostra disso ... é como dizer: 'Olha, eu não coloco uma marca aqui, mas tenho Unicef em cima do dinheiro e tal ... ' esses são os detalhes de você se apresentar como um time um pouco diferente do resto. O que acontece, isso é verdade, e eu entendo que hoje é complicado, com a quantidade de renda que você precisa, que você não ... que você não pode ser dar ao luxo de não aceitar a publicidade.".

[319] Vale destacar que, além das eleições com voto direto dos sócios, o Barcelona adotou um formato de promover uma assembleia anual com três mil sócios (os sócios compromissários), sorteados entre os mais de 100 mil que o clube passou a deter, para aprovar alguns assuntos considerados importantes (SANTACANA, 2017).

maioria[320]. Entretanto, ao invés de receber pelo patrocínio na camisa, o clube fecharia um acordo com as *Nações Unidas* em que passaria a pagar para estampar a marca da *UNICEF*, no valor de € 1,5 milhões anuais para entidade, em um período de 5 anos (GINESTA, 2011). A primeira camisa do *FC Barcelona* estampando a marca da *UNICEF* aconteceria em setembro de 2006. A esta exposição acompanharia uma série de ações sociais do *FC Barcelona*, por todo o mundo, cujo principal ícone seria a *infância*, tarefa que muito contribuiria a *Fundação Social*[321] do clube, e a própria *Nike*. Os três âmbitos de promoção do clube, no plano social pela *Fundação*, seriam: 1) o solidário (ações sociais em geral); 2) cultural (ações de promoção da cultura); e 3) formativo (promoção de valores educativos). Essas ações passariam a acontecer na Catalunha, por toda Espanha e mundo (com parcerias locais, e inclusive a idealização de uma marca, o "*Més*"). O clube procurava, assim, *conectar-se* mais aos seus torcedores, e o potencial público em geral, a partir de *identidades sociais* e outras manifestações de *pertencimentos*, inicialmente mais distantes do futebol, para além da lógica da *lealdade moderna* e das tradicionais estratégias de marketing baseadas apenas no "*homo consumens*"[322]: como se inserindo o amplo espaço das demandas sociais; adentrando mais aos universos culturais de todo tipo (como entrevistas com personalidades do campo cultural e artístico da cultura catalã, na *Revista Barça*); buscando integrar-se às manifestações de formação humana, entre elas o programa "jogo limpo", ou criando uma página do clube para produzir conteúdo pedagógico e escolar para todas as escolas da Catalunha, a "Juga-la" (www.juga-la.cat) (REVISTA BARÇA, 2006; 2007).

Se tratava assim, portanto, além de uma estratégia de marketing inovadora o próprio reposicionamento de marca do clube, no plano mundial, envolvendo uma *metamorfose* no mote "*Més que un Club*" para "*Més que un Club al Món*"[323], que *reencaixaria* o protagonismo do clube no plano social/político, de um âmbito local para um âmbito global. Em meio a essa estratégia, a *Revista Barça*

---

[320]Segundo Ferran Soriano, em 2005 o clube teve uma proposta do governo chinês para promover as Olimpíadas de 2008 (em Beijing), na sua camisa, como um patrocínio. Aquela associação era financeiramente atraente e interessante também do ponto de vista da imagem que o clube queria projetar, mas acabou não se realizando. Outras proposta financeiramente interessante seria com a empresa de apostas "Bwin", que também acabou não se realizando. A partir da temporada 2004-2005 o clube também começaria a utilizar a marca da TV3 (canal autônomo catalão) na manga da camisa.

[321]Segundo a *Revista Barça* (2006), o clube utilizaria a *Fundação Social* porque este era um organismo teria todo uma estrutura normativa mais condizente e atrativa para promover o clube no âmbito social, além de mais prestígio e aceitação social.

[322]Se inserem dentro de estratégia de marketing, mas num conceito mais amplo de "serviço" ou "produto", incorporando elementos sociais, como o *pertencimento social* ou os *relacionamentos* (foco no ser humano, e não mais apenas no produto e no consumidor), e dessa forma já acompanhando metamorfoses e tendências dentro do próprio marketing por exemplo na transição do marketing 2.0 para o 3.0 (ou até 4.0) (KOTLER, 201-?).

[323]Nos dias correntes o site do clube traz a definição do que seria atualmente o "Més que um Club": Seria mais do que um clube porque seria de propriedade dos seus sócios, decidindo democraticamente; que objetivava vencer mas dentro de um estilo próprio; porque além do futebol, investiria em 5 modalidades esportivas profissionais, inclusive promovendo o esporte feminino; porque o clube teria valores formativos, e utilizaria o esporte como "escola pra vida"; porque entre as formas de jogar e vencer, o clube valorizaria princípios de *humildade*, *ambição*, *esforço*, *trabalho em equipe* e *respeito*; porque o clube acreditaria e investiria em mudanças sociais; e finalmente porque o clube acreditaria em conhecimento e investiria na criação e difusão de conhecimento esportivo (SITE DO CLUBE, 2019).

de outubro de 2006 trazia uma reportagem afirmando que sempre fizera parte das *tradições* do clube o compromisso social para além do desporto. Que isso havia tido uma transição durante o franquismo (seguindo aquele *ideal* de compromisso), quando o *Barça* havia ascendido a um ícone progressista, e que deveria ter uma nova transição nesse momento, para seguir nesse "histórico propósito":

> Con el propósito de ir más allá y trasladar el més que un club" al mundo global futbolístico – que es tanto como decir todo el mundo –, la Junta Directiva de Joan Laporta opta por la misma estrategia que, salvando las insalvables distancias, escogió en su día Joan Gamper. Es un movimiento pensado y ejecutado desde arriba. Los éxitos de la estrategia se medirán a través el número de aficionados barcelonistas que se creen a partir de ahora y se mantengan fieles al club, y no tanto a través las figuras que vistan la camiseta. En todo caso, es una decisión coherente con la historia del club –con el hilo invisible que há atado todos los presidentes de la entidad– y que parece estar de acuerdo con el contexto actual del fútbol (REVISTA BARÇA, 2006)[324].

É interessante notar que, na referida associação, ao mesmo tempo em que o clube procurava valorizar a sua marca (com uma estratégia inovadora, e ao mesmo tempo ligada as suas *tradições*), por outro lado suas camisas desde os inícios do XXI (e ao longo da primeira década deste século, já sob o patrocínio da *Nike*), incorporavam cores e detalhes extremamente chamativos (e mais sofisticados que uma década antes), muito bem afinados com indústria do esporte, o marketing esportivo, com as novas tecnologias fabris e a produção (e distribuição) em escala global:

Figura 18 - Camisas Nike do FC Barcelona na gestão Laporta, e a marca *UNICEF*

Fonte: Camisetas Sport Clube (2018)

O professor Carles Santacana afirmaria que a gestão Laporta representou efetivamente uma nova ruptura na história do clube, seja porque nesta época o clube entrou realmente na era global, do mundo dos negócios gerido por executivos, seja porque ao mesmo tempo essa gestão se aproximou o clube dos valores *tradicionais* da Catalunha, convergindo os dois objetivos, em uma estratégia em que a associação com a *UNICEF* representou uma "ponte" do *local* com o *global*, da *tradição* com a *modernidade*, do *compromisso social* com o *mundo corporativo*:

---

[324]"Com o objetivo de ir além e promover o "Més que un Club" para o mundo do futebol mundial - o que quer dizer o mundo inteiro -, o Conselho de Administração de Joan Laporta opta pela mesma estratégia que, guardadas as devidas proporções, escolheu em seus dias Joan Gamper. É um movimento pensado e executado desde cima. Os sucessos da estratégia serão medidos através do número de torcedores do Barcelona que surgirão a partir de agora e permanecerem fiéis ao clube, e não tanto através dos ídolos que vistam a camisa. Em qualquer caso, é uma decisão consistente com a história do clube - com o fio invisível que ligou todos os presidentes da entidade - e que parece estar de acordo com o contexto atual do futebol.".

> …Núñez cuando con su lema quería contraponer de alguna manera el éxito deportivo a la implicación social…y Laporta, yo creo, que fue el primero que no dijo, sino que hizo ¿no?: "es posible las dos cosas!". Porque es un presidente muy implicado socialmente, y al mismo tiempo un presidente con muchos éxitos deportivos y al mismo tiempo un presidente con que, digamos, yo creo que desde el punto de vista de estructura de club como empresa, digamos, lo revoluciona absolutamente ¿no? […] Porque tampoco era él sólo…es una generación, o sea, su junta era una junta de gente que tenía 40 y pocos años en el momento que llegan. Núñez llego relativamente joven, pero era un entorno muy diferente, de empresarios, de otros sectores. A la junta de Laporta le llamaban, a principio, la junta del *power point*. Imagínate no, hace año del 2003 el *power point* era muy moderno ¿no? Entonces porqué, porqué… Sí porqué la primera vez que tuvieron que explicar el presupuesto del club, pues reunieron a los periodistas y claro…el principios económico Soriano que, claro, economista y tal con el *power point* les iba explicando y tal…Y los periodistas estaban mareados porque, además los periodista deportivos no saben nada de economía. Si puede les explicar lo que quieran que…[risos] Entonces era una imagen de modernidad, la junta de Laporta en los inicios es… su imagen de modernidad, de implicación social y catalanista, sin ninguna duda. Y además, consigue una equipo con, bueno, muchos éxitos deportivos, se queda como la cuadratura del círculo ¿no?, Completo ¿no? Por momento inicial…después naturalmente pues tiene sus crisis y tal (SANTACANA, 2017)[325].

> …la decisión que sí, que es estratégica del Barça, es la que toma en 2006 Laporta diciendo: "vivimos en este contexto, apostamos y entonces, queremos asociarnos entonces, queremos vender que nosotros somos un club con un contenido" ¿no? "…en clave catalana es él 'Més que un Club' muy bien, esto en clave española ha funcionado durante el franquismo, como la antítesis del Madrid y, bueno, de alguna manera sigue funcionando. Pero en cambio, en el mundo que, pues, en mundo vamos a decir que esto es 'Més que un Club' es la solidaridad con los niños, del mundo, convertimos eso en un discurso global" ¿no? Entonces, y ahí eso sí que es una decisión estratégica. (…) que además hay que decir que inicialmente lo que hizo Laporta fue decir, o sea, decirle a los socios: "en esto mundo global no podemos seguir siendo los únicos que no tenemos nada.." y pedir permiso a la asamblea de compromisarios para poner publicidad. Y de hecho, hubo conversaciones con diversas empresas y había una bastante avanzada, que no recuerdo el nombre, pero que era una empresa de juego de apostas y estaban a punto de dar el paso ¿no? Pero, en las discusiones, en la junta directiva entonces no sé quién, bueno, se dice que fue Evaris Murtra uno de los directivos él que lanzó la ideia de *UNICEF*. Entonces la idea de *UNICEF* era decir: "Bueno, vamos hacer lo más extraño al mundo" ¿no? que es levar publicidad no de una marca comercial y, además, pagar por llevarla. "Pero ¿por qué? Porqué, en realidad, pensamos que eso nos sirve a un doble sentido: nos sirve para asociar nuestra marca a una idea positiva y al mismo tiempo que esta asociación con esa idea positiva nos haga más simpáticos en el mundo, y que acabe también convirtiéndonos, o sea, dando nos más ingreso" ¿no? "Porqué la gente prefiera comprar nuestra camiseta que otras, o porque la gente prefiera seguir nuestra retransmisión sino otros, o comprar productos vinculados al club" ¿no? [es] decir…yo creo que también había una idea de que esto, no de manera inmediata, pero a largo plazo redundaría en que los

[325]... Núñez, quando com o seu lema, queria de alguma forma contrastar o sucesso dos desportos com o comprometimento social ... e Laporta, penso eu, foi o primeiro que não disse, mas que fez: "É possível ambos!". Porque ele era um presidente muito envolvido socialmente, e ao mesmo tempo um presidente que teve muitos sucessos esportivos e ao mesmo tempo um presidente com, digamos, eu acredito que do ponto de vista da estrutura do clube como uma empresa, digamos, ele revoluciona isso absolutamente. [error] Porque também não era só ele ... era uma geração, ou seja, a diretoria dele era uma reunião de pessoas de 40 e poucos anos na época em que chegaram. Núñez chegou relativamente jovem, mas era um ambiente muito diferente, de empresários, de outros setores. A diretoria de Laporta foi chamada, no começo, da "junta do power point". Imagine, era o ano de 2003, o "power point" era muito moderno né? Então, porque, porque ... Sim, porque pela primeira vez eles tiveram que explicar o orçamento do clube, então eles reuniram os jornalistas e, claro ... os princípios econômicos Soriano que, claro, economista e tal, com o "power point" lhes ia explicando e tal ... mas os jornalistas ficaram tontos porque os jornalistas esportivos não sabem nada sobre economia. Você pode explicar o que eles querem que ... [risos] Então era a imagem da modernidade, a junta de Laporta em seus inícios é ... sua imagem de modernidade, de envolvimento social e catalanista, sem qualquer dúvida. E também, conseguir uma equipe com muitos sucessos esportivos, fechando a quadratura do círculo. Para o momento inicial... depois, naturalmente, teve sua crise e tal...".

> economistas llaman “posicionar” ¿no? poner en una buena situación en el mercado, eso al final también te [error] acaba teniendo un efecto positivo sobre el club (SANTACANA, 2017)[326].

Ferran Soriano (2010), afirmaria que “*Més que un Club al Món*” (“Mais do que um Clube, no Mundo”) era uma mensagem que se apoiava em dois pilares: 1) *Futebol espetacular* (ofensivo, limpo, coletivo e com estrelas); e 2)*Compromisso social* (clube propriedade dos sócios, ações sociais e humanitárias, sobretudo com as crianças, e clube de pertencimento popular)[327]. Em síntese a simbologia de um “clube democrata” na Espanha, ascenderia a um clube defensor dos direitos humanos, mundialmente (FORT, 2012). O professor Santacana (2017) destacou ainda que, por essa época, passou-se a usar de forma frequente a assinatura *“*Més que un Club” em todas as comunicações formais do clube, e fez-se uma grande pintura nas cadeiras do estádio *Camp Nou* em 2005[328] com a frase, que enfim tornou-se a imagem corporativa por excelência da agremiação, e teria a ver também com a busca de uma melhora na estima dos aficionados (SANTACANA, 2017).

O jornalista Jordi Finestres (que trabalhou também como assessor e relações públicas do próprio Laporta) destacaria que aquela diretiva soube profissionalizar efetivamente o clube, promovendo de forma muito bem sucedida o que chamou de “gestão das emoções”, a parte fundamental do negócio. Assim, o clube superou antigas narrativas vitimistas e se adequou as demandas da globalização reforçando a suas raízes, uma estratégia que se revelaria fundamental e destacada na conquista de novos seguidores mundo, e no seu grande crescimento:

> …el Barça, como el Madrid y Athletic de Bilbao, y Osasuna incluso en la Liga española, son clubs que todo lo que pasa, pasa por las asambleas con los socios. Es decir, el Barça no es

---

[326]“... a decisão que sim, que é estratégica do Barça, foi tomada em 2006 com Laporta dizendo: 'Nós vivemos neste contexto, nós apostamos e, então, queremos nos associar, queremos vender que somos um clube com um conteúdo' ... 'em Catalão a chave é 'mais do que um clube' bem, esta chave trabalhou no contexto espanhol durante o regime de Franco, como a antítese de Madrid e bem, assim, de alguma forma segue funcionando. Mas em vez disso, no mundo, então, no mundo vai se dizer que este 'mais do que um clube' significa a solidariedade com as crianças do mundo, nós vamos converter isso em um discurso global'. Então, isso é uma decisão estratégica. (...) também devo dizer que, inicialmente, Laporta se apresentou aos sócios, e disse: 'neste mundo global não podemos permanecer os únicos que não levamos nada ...' e pediu permissão para a assembléia de sócios compromissários para colocar a publicidade. E, de fato, houve conversações com várias empresas e havia uma bastante avançado, eu não me lembro o nome, mas foi uma empresa de jogos, de apostas e estavam prestes a fechar o acordo. Mas nas discussões, na junta diretiva, então não sei quem, dizem que foi Evaris Murtra, um diretivo que lançou a ideia da Unicef. Então, a ideia da Unicef era dizer: 'Bem, vamos fazer a coisa mais estranha do mundo', certo? que é levar a publicidade não de uma marca comercial e, além disso, pagar para estampá-la. 'Mas porque? Porque, na verdade, pensamos que isso nos ajuda um duplo sentido: serve para associar a nossa marca a uma ideia positiva e, ao mesmo tempo, que esta associação nos faça mais simpáticos no mundo, e que acabe nos tornando também, ou seja, nos dando mais renda'... 'Por que as pessoas vão preferir comprar nossas camisas do que as outras, ou porque as pessoas preferem seguir a nossa transmissão, não dos outros, ou comprar produtos ligados ao clube", ou seja ... eu acho que também havia uma ideia que isto, não imediatamente mas a longo prazo, levaria ao que os economistas chamam de "posicionar-se", certo? colocar-se em uma boa posição no mercado, isso no final também acaba tendo um efeito positivo sobre o clube.”.

[327]Segundo Barco (2015) a remodelagem da identidade proporcionou a multiplicação da venda do material do clube, e o crescimento de “simpatizantes” em todo mundo.

[328]Numa pesquisa nas Memórias Anuais do Clube (2006) publicadas na internet, descobrimos que esta pintura foi realizada na temporada 2005-2006.

> una empresa, aunque funciona como una empresa. Es decir, a mí me parece una suerte que el Barça no sea una empresa que no esté en manos de los cuantos, de unos pocos, sino que esté en manos de los todos los socios del Barça. Por tanto el modelo de gestión compartido, colectivo, me parece fantástico es una cuestión casi romántica de club y espero, y deseo, que eso no que cambie nunca. Lo que sí, es verdad, es que la gestión del club tiene que funcionar como una empresa y para que este funcione bien tiene que tener a executivos de un nivel altísimo porque Barça mueve presupuestos altísimos de más de 500 millones de euros, por tanto tiene que funcionar realmente como una empresa. Lo que pasa es que es una empresa de emociones, es una empresa de corazón, es decir, es verdad que al final de las temporadas lo agentes, los gestores del Barça tienen que explicar las contas a los socios. Pero también es verdad que esto no es una cuestión solo de lo que ganas, lo que debes, lo que tienes. Sino que es la gestión de las emociones y esto es complicado. Por eso yo siempre he defendido a presidentes como Joan Laporta, porque yo creo que introducirán un modelo de gestión profesional empresarial muy acertado, de acordó con el siglo XXI. Pero mantuvieron siempre, y yo incluso diría, que mejoraran la gestión emocional del club. Es decir, que el Barça puede ser un club que no tiene un sponsor comercial aquí delante en la camiseta y se pode a poner *UNICEF*, pero a cambio sea un club donde los beneficios, los ingresos aumentan como aumentaran progresivamente de una manera espectacular, es compatible. Pero tiene que tener, entonces, a presidentes, a directivos, a executivos que entiendan eso, que entiendan que Barça es una empresa distinta, tiene que funcionar como una empresa. Pero tiene que tener unos valores, unas esencias que vamos….a más 100 años que evidentemente si tiene que ir actualizando. Yo pienso y deseo que eso Barça lo va a si mantener muy vivo, y el Barça precisamente por eso componente emocional, simbólico, tiene un grande ventaja con los otros clubs mundiales de primera línea, que se suenan empresas, porque al final es verdad que hay clubs que están en manos de empresarios árabes o en grupos…en consejos de administración de una serie de personas y lo que mantiene vivo el club es el sentimiento de los aficionado, pero si además en el caso del Barça esa gestión emocional se mantiene imperturbable, desde hace más de cien años, yo creo que esto le da valor añadido que la larga, te da un plus de competitividad que no poden tener otros clubs. Es decir, la aposta romántica del Barça para mantener viva esta vinculación que sea: los socios que a cada año aprueban las contas y decidan quién es el presidente y se no les gusta el presidente pues se puede hacer por ejemplo una moción de censura y poner otro [inaudivel] me parece maravilloso (FINESTRES, 2017)[329].

---

[329]"... o Barça, como Madri e Athletic Bilbao, e Osasuna, até mesmo na liga espanhola, são clubes que tudo o que acontece, passa pelas assembleias dos seus sócios. Ou seja, o Barça não é uma empresa, embora funcione como uma empresa. Quer dizer, parece-me afortunado que o Barça não seja uma empresa que não esteja nas mãos de poucos, de poucos, mas esteja nas mãos de todos os membros do Barça. Portanto, o modelo de gestão compartilhada, coletivo, eu acho fantástico, é uma questão de clube, quase romântica, e espero, e espero, que isso nunca mude. O que é verdade é que a gestão do clube tem que funcionar como uma empresa e para que isso funcione bem, tem que ter executivos de um nível muito alto, porque o Barça movimenta orçamentos muito altos de mais de 500 milhões de euros, por isso tem realmente que funcionar como uma empresa. O que acontece é que é uma empresa de emoções, é uma empresa de coração, isto é, é verdade que no final das temporadas os executivos, os gestores do Barça têm de explicar as contas aos sócios. Mas também é verdade que isso não é uma questão apenas do que você ganha, o que você deve, o que você tem. Mas é a gestão das emoções e isso é complicado. É por isso que sempre defendi presidentes como Joan Laporta, porque acredito que eles introduziram um modelo de gestão profissional de negócios muito bem-sucedido, em compasso com o século XXI. Mas eles sempre mantiveram, e eu diria, melhoraram a gestão emocional do clube. Ou seja, o Barça pode ser um clube que não tem um patrocinador comercial aqui na frente e é capaz de colocar o Unicef, mas em troca é um clube onde os benefícios, as receitas aumentam como aumentaram progressivamente de forma espetacular, é compatível. Mas tem que ter, então, presidentes, executivos, executivos que entendam isso, que entendam que o Barça é uma empresa diferente, tem que funcionar como empresa. Mas tem que ter alguns valores, algumas essencias que vamos ... mais de 100 anos que evidentemente se tem que ir atualizando. Penso e espero que o Barça o mantenha vivo, e o Barça, por essa razão, é um componente emocional e simbólico que tem uma grande vantagem com os outros clubes do topo, que soam como empresas, porque no final é verdade que há clubes que estão nas mãos de empresários árabes ou em grupos ... nos conselhos de administração de várias pessoas e o que mantém o clube vivo é o sentimento dos torcedores, mas também no caso do Barça que essa gestão emocional permanece intacta , por mais de cem anos, acredito que isso lhe dá valor agregado, dá um plus de competitividade que outros clubes não conseguem. Ou seja, a postura romântica de Barça de

O professor e historiador Carles Viñas afirmou que na época da gestão Laporta os grandes clubes cada vez mais perdiam os seus compromissos locais, e se convertiam em marcas globais. No caso do *FC Barcelona*, Viñas também destacou que Laporta buscou associar o clube cada vez mais com a Catalunha, em um projeto ambicioso que projetava (ainda) o apoio local em um grande aumento no número dos sócios (o referido "El Gran Repte"):

> …yo creo que fue más un intento del club. Cuando a Laporta llegó a presidencia, intentó hacer el "Més que un club" más global. Es decir, hizo una campaña para captar socios y sé que llegarían a 1 millón de socios…y legaran en 200 mil físico, no llegaron no…tenían esa idea. De hacer socios sin asientos, porque no hay espacio físico, pero el orgullo en ser socio de Barça. Y mucha gente si hizo socio sin saber que nunca podría ir al campo…pero en paralelo era crear la marca global del Barça *UNICEF* fundaciones en todo el mundo de escuelas de fútbol, África, América Latina, Asia…(VIÑAS, 2017)[330].

Este projeto de grande aumento de sócios foi implantado com a instalação (desde 2003) de um *Centro de Atenção ao Barcelonista* (*Oficina de Atenció Barcelonista – OAB*), com vistas a repensar o "produto sócio" (dotá-lo também de mais vantagens) e oferecer um serviço melhor para o sócio catalão (mas não apenas este). Além de uma área, dentro do clube, que seria criada para trabalhar especificamente com o público infantil (não só o catalão), a diretoria de Laporta começaria a promover associados do clube (com os mesmos direitos políticos que os catalães) pelos cinco continentes do mundo. Um informe nas *Memórias do Clube de 2006-2007* (2007) afirmaria que naquele ano, o clube havia conquistado cerca de 7,7 mil sócios estrangeiros, entre os quais 1,8 mil japoneses.

O professor e historiador Jose Maria Solé i Sabaté compartilhou da opinião que a gestão Laporta promoveu uma guinada histórica na gestão do clube, inserindo a agremiação efetivamente na configuração mundial do futebol negócio:

> Yo creo que era el futuro, es decir la única forma de aguantar, la única forma de hacer frente al mundo de…al mundo de los grandes constructores, de los grandes empresarios, al mundo de los multimillonarios, al mundo de las empresas…de las empresas de inversiones, al mundo…al mundo del petróleo, de los sheiks árabes etc. etc., o de los grandes millonarios chinos, o japoneses, o indonesios. La única es hacer un club global y esto pasa después por publicidad y por acordos comerciales etc. creo que pasa por aquí. Si no, quedas en manos de gente muy poderosa, que deciden sin tener cuenta la opinión pública. Y el Barcelona no puedes ser presidente del Barcelona sin tener en cuenta la opinión pública, de tus afiliados y de tus seguidores, que la diferencia… ¿Yo puedo tener carné de socio no? Pero mi opinión casi, excepto el momento de las elecciones, casi es tan [importante] como pueden ser otros amigos míos que son del Barça, que no son aficionados…que son aficionados, pero no son

manter vivo esse elo: os sócios que aprovam as contas a cada ano e decidem quem é o presidente e se não lhes agrada o presidente, por exemplo, uma moção de censura pode ser feita e se escolher outro, o que me parece maravilhoso.".

[330]"... Eu acho que foi mais uma tentativa do clube. Quando Laporta se tornou presidente, ele tentou tornar o "Més que una club" mais global. Quer dizer, ele fez uma campanha para atrair membros e eu sei que eles planejavam 1 milhão de membros ... e chegaram a 200 mil efetivos, eles não chegaram... eles tiveram aquela ideia. Fazer sócios sem assentos, porque não há espaço físico, mas pelo orgulho de ser um sócio do Barça. E muitas pessoas se fizeram sócias sem saber que nunca poderiam ir a campo ... mas em paralelo, era para criar a marca global das fundações do Barça Unicef em todo o mundo das escolas de futebol na África, América Latina, Ásia ...".

> socios. Que en fin, que influyen que...yo creo, que es fundamental, era básico mantener la independencia del Barça, pasaba por ser un club global (SOLÉ, 2017)[331].

Já o historiador Alejandro Quiroga Fernández de Soto acrescentou que a gestão Laporta teria promovido várias ações de marketing por todos os continentes, que somadas a associação com a *UNICEF* e as vitórias internacionais sob a liderança de Lionel Messi, efetivamente internacionalizaram o clube ao mesmo tempo em que o faziam mais catalão. Segundo Soto:

> Después de todo, el club tenía una larga tradición internacionalista y destacar la naturaliza universal del *FC Barcelona* era una forma de pasar con cierta cautela por encima de la identidad española, ya que a triada Barça-Cataluña-Mundo sacaba a España de la ecuación identitaria (SOTO, 2014: 190)[332].

Uma torcida *tradicional,* localmente, e *híbrida* mundialmente

De 2003 a inícios de 2010 o *FC Barcelona* aumentaria seu quadro de sócios de cerca de 105 mil a quase 163 mil. O aumento dos sócios do *FC Barcelona* acontecera mais dentro da sua comunidade já estabelecida na Catalunha, refletindo um pouco as fortes ondas migratórias que chegaram na Catalunha (de estrangeiros) a partir de fins de 1980[333]. Porém, muitos dos imigrantes adotariam o clube não como sócios, o que (de forma geral) os ajudaria também a integrar-se socialmente na localidade (SOTO, 2014). Assim, em 2010, o clube reportava que aproximadamente 87 % dos seus sócios eram provenientes da própria região da Catalunha (37% deles em Barcelona), uma diminuição, já que em 2003 seriam 97 % daquela *Comunidade Autônoma*.

Outros dados oferecidos são de que ao longo da primeira década do XXI o perfil do sócio do *FC Barcelona* era de aproximadamente 75 % homens e 25% mulheres, e 30 % deles tinha entre 26 e 45 anos. Em 2010 o clube teve um acréscimo considerável de sócios até 5 anos de idade, representando cerca de 10% da quantidade total de sócios. Vale lembrar que houve mesmo um esforço

---

[331]"... Eu acredito que era o futuro, ou seja, a única maneira de resistir, a única maneira de enfrentar o mundo do ... mundo dos grandes construtores, grandes empresários, o mundo dos bilionários, o mundo das empresas ... das empresas de investimento, o mundo ... o mundo do petróleo, os sheiks árabes, etc. etc., ou os grandes milionários chineses, japoneses ou indonésios. A única forma seria fazer um clube global e isso acontece depois de anúncios e acordos comerciais etc. Eu acredito que passa por aqui. Se não, você está nas mãos de pessoas muito poderosas, que decidem sem levar em conta a opinião pública. E não se pode ser presidente do Barcelona sem levar em conta a opinião pública, seus afiliados e seus seguidores, o que faz a diferença ... Posso ter um cartão de sócio, não? Mas minha opinião quase, exceto na época das eleições, é quase tão importante quanto outros amigos meus que são do Barça, que são fãs, mas não são sócios. Que enfim, que influem ... eu acredito, que é fundamental, era necessário manter a independência do Barça, passava porser um clube global...".

[332]"Afinal, o clube tinha uma longa tradição internacionalista e destacar a natureza universal do FC Barcelona foi uma maneira de passar confortavelmente sobre a identidade espanhola, já que a tríade Barça-Catalunya-Mundo tirou a Espanha da equação identitária.".

[333]A *Revista Barça* (2006), afirmava que 5% dos novos sócios do clube, desde 2003, eram estrangeiros. Mas também que as categorias de base do clube (E não só no futebol) havia tido um aumento de estrangeiros: cerca de 13 % estrangeiros com destaque para aqueles provenientes da África subsaariana.

do clube nesse sentido, elevando os "niños" (no plano mundial) como principal ícone de preocupação do clube, sobretudo a partir da associação com a *Unicef*, em 2006[334]. Fort (2012) destacaria que os sócios do Barcelona, na *globalização*, se rejuvenesceriam e incorporariam muito mais mulheres, percentualmente. Ainda em 2005, entre os clubes da Espanha, o *FC Barcelona* já liderava com cerca de 130 mil sócios, enquanto o *Real Madri* possuiria 69 mil, e o *Atlético de Madrid* 42 mil sócios (LLOPIS, 2006). Vale notar que nem todos os sócios tinham lugar fixo (em 2010 o estádio tinha 98 mil lugares), e uma "lista de espera" por lugares se constituiu para o "sócio abonado" (sócio com assento).

Considerados esses dados, poder-se-ia afirmar que o torcedor-sócio do *FC Barcelona* aumentou, mas pelo fato da grande maioria permanecer sendo da Catalunha, nos parece terem permanecido de forma predominante com o perfil próximo ao que denominamos de *tradicional*. Isso não impediria que muitos desses torcedores desenvolvessem *identidades consumistas*[335] com o clube, o que contaria era ordem das prioridades identitárias: *tradicional* antes da *consumista*. Outros rearranjos, *hibridações* mais complexas e formas *descentradas* também apareceriam (como torcidas femininas ou *antifascistas barcelonistas*), mas também a permanência de *fundamentalistas*, como a dos *Boixos Nois.* Porém este grupo passaria a viver cada vez mais em uma existência semi-clandestina, reunidos fora do estádio ou em partidas de outras cidades (ver a seguir o subcapítulo *Tolerância zero: a política de "pacificação das gradas"*).

Fort destaca que os sócios *barcelonistas* se destacariam (e permaneceriam na globalização) muito por grupos familiares intergeracionais, reunindo de avós a netos, geralmente com um *lugar* fixo no estádio em que estabeleceriam relações com outras famílias que "sentavam perto", também por gerações. Por outro lado, as *penyes* de fora da Catalunha (que também crescem), ainda que constituídas na relação de *tradicionalidade* com o clube, estiveram menos imersas no caldo cultural do *catalanismo*, mas podendo ser entendidas como conformações sociais muito próxima às lealdades

[334]Uma reportagem na *Revista Barça*, de dezembro de 2007, tentaria responder a questão do porquê de tantas crianças estarem tornando-se *barcelonistas*, o que seria já um fenômeno destacado (dentro e fora da Catalunha e Espanha), e em andamento. Entre os motivos levantados estaria: a herança familiar, sentimentos/demandas de pertencimento, a presença do clube na vida cotidiana de forma tão protagonista (esses três motivos, sobretudo na Catalunha); pertencimento dos valores que o clube propagava; o fato do *FC Barcelona* ter se tornado um clube vencedor; o fato do futebol se tornar tão presente na vida das pessoas na *globalização*, e um veículo potente de difusão de *emoções*. Entre as crianças entrevistadas pelo clube, estas apontavam os ídolos (Como Ronaldinho ou Messi), as vitórias do clube, as idas ao estádio ou mesmo os presentes que recebiam, com a marca do clube.

[335]Isso poderia ser demonstrado através dos inúmeros produtos (como canecas, artigos infantis, materiais escolares, objetos para casa, canetas, chinelos, relógios, carteiras, camisas, bonecos, etc.) que passam a ser oferecidos pelo clube em suas lojas locais, em Barcelona (em particular a *Megastore* do *Camp Nou*); nas inúmeras vantagens ("produtos" e "serviços") que passa o clube a oferecer aos seus associados ou potenciais associados (em campanhas como "Gent del Barça", "Creix amb Barça" ou "El gran Repte", por exemplo), e mesmo toda a sofisticação e reformas de conforto que sofre o Camp Nou (e espaços adjacentes) ao longo dos anos, oferecendo possibilidades vastas de consumo, cuja boa parte de frequentadores seriam os próprios locais.

tradicionais (devido à forte devoção pelo clube), possivelmente apresentando outras particularidades identitárias locais. Nessa linha, inclusive, o Sr. Ramón Termens (2017) destacou que as *penyes* (por sua relação diferenciada com a instituição, mais intensa) poderiam exercer um papel importante na globalização do clube, agindo como elementos estabelecedores de vínculos emocionais com os milhões de torcedores do clube, que viveriam mais distantes. Em 2010 as *penyes* do clube totalizariam 1.400 grupos, com um total de 250 mil *penystas*, e houve um projeto de revitalização e rejuvenescimento do movimento (a partir da gestão de Rosell), a partir de uma percepção que o movimento das *penyes* teria sido mais forte na década de 1980 e 1990 (REVISTA BARÇA, 2010)[336].

O professor Carles Viñas (2017) também destaca que no *FC Barcelona* (e na Europa em geral), a mercantilização do desporto não apenas criou aficionados primordialmente mais próximos do que apresentamos como *lealdades modernos*, mas também produziria um "novo" tipo torcedor, que buscaria experiências *tradicionais*, ou *contraculturais* no futebol:

> El éxito del fútbol...el éxito de la globalización y del negocio al redor del fútbol provoca el éxito de Sankt Pauli o de equipos que preservan unos valores diferentes ¿no? también sino esto, no se entendería porque la gente abandona los grandes clubes y va para bueno Sankt Pauli tiene millones [aficionados]... y no ha ganado nunca nada pues claro por qué pasa pues justamente por eso (VIÑAS, 2017)[337].

Não se dispõe de dados anteriores a 2004 sobre torcedores do *FC Barcelona* na Espanha, mas neste ano uma pesquisa revelava que 50% da população espanhola (portanto cerca de 22 milhões de pessoas) (INE, 2018) acompanhava o futebol e declarava torcer por uma equipe (AS, 2003). Destas, 18% delas (cerca de 4 milhões de pessoas) torceriam pelo *FC Barcelona*, enquanto 38% torceriam para o *Real Madri*, 5% para o *Valencia CF*, o mais próximo dos dois (LLOPIS, 2006). Em 2007, uma outra pesquisa (LLOPIS, 2015) apontaria que o *FC Barcelona* teria 25,7 % de torcedores e 6,6 % de *simpatizantes* (ou seja, torciam pelo *FC Barcelona* como um "segundo clube") em um universo de cerca de 30 milhões de pessoas que declaravam se identificar por algum clube de futebol na Espanha. Isto significaria que de 8 a 10 milhões de pessoas, entre *tradicionais* e *modernos*, seguiam o *FC Barcelona*, revelando um crescimento do clube internamente, no Estado espanhol, embora o

---

[336]No site da *Confederação Mundial de Penyes* do clube, recentemente, começou a circular um vídeo cujo discurso propõe algo como "ser mais que uma torcida", afirmando algo mais ou menos no seguinte sentido: "Torcedores do Barça são muito mais do que você pensa. Mais do que torcedores no estádio ou em um bar. Mais que a emoção de triunfos ou viradas. Estão dentro e fora do terreno de jogo. São mais que a reunião de sábado, são todas a gerações. Nós [torcedores d Barça] somos a família, a vizinhança e suas raízes, o compromisso, a cultura, nós somos o mundo e seu povo, sua comunidade, a ação, os valores, a participação e a paixão por um sonho compartilhado." (FEM PENYA, 2019).

[337]"O sucesso do futebol ... o êxito da globalização e do negócio em torno do futebol provoca o sucesso de Sankt Pauli ou de equipes que preservam valores diferentes, certo? Também sem isso, não se entenderia porque as pessoas deixam os grandes clubes e vão para, bem, o Sankt Pauli tem milhões [de fãs] ... e nunca ganhou nada porque, é claro, passa justamente por esse motivo.".

núcleo torcedor mais forte do clube sempre fosse na Catalunha[338]. O *Real Madri* teria 32,8 % de aficionados e 6,8 simpatizantes (nessa mesma pesquisa), enquanto que o *Valencia CF* teria 5,3 % de aficionados e 2,8 % de simpatizantes.

Em termos mundiais, encontraram-se estimativas que o *FC Barcelona* possuiria desde aproximadamente 50 milhões de seguidores em 2009 (GINESTA, 2015) até 350 milhões em 2011, sendo neste último caso cerca de 70 milhões na Europa, 75 milhões nas Américas e 145 milhões na Ásia (ELBERSE, 2015). Aventamos situar esse tipo torcedor inicialmente como mais próximo ao perfil da *lealdade moderna*, e entre eles alguns fariam parte daquela "população circulante" de Barcelona, para a qual a ida a um jogo do clube figurava como parada obrigatória do roteiro turístico. A política do *Seient Lliure* instituída pelo clube a partir da gestão Gaspart (2000-03) visava justamente esse tipo torcedor, que aceitaria pagar mais caro pelo ingresso. Pelo que se comentava informalmente (durante minha estada em Barcelona), este *torcedor-turista* poderia conformar até 20% do público total em uma dada partida do *FC Barcelona*[339]. Em partidas não cobertas pelos planos de sócios (ou seja, cuja entrada só poderia ser obtida a partir dos ingressos da bilheteria), esse número poderia aumentar, como no troféu *Joan Gamper* ou na final da *Supercopa da Espanha*. Em um desses eventos, por exemplo em 2017, disputado no *Camp Nou,* entre *Real Madri* e *FC Barcelona*, a imprensa local (e os próprios jogadores) demonstraram muito incomodo com a quantidade de turistas[340] e torcedores do *Real Madri* presentes no estádio, que o fariam o estádio parecer "neutro" ou até do adversário (POLO, 2017).

Sobre o crescimento dos torcedores do clube pelo mundo, na opinião do memorialista (e jornalista) Jordi Finestres, os novos torcedores poderiam, em muitos casos, não compartilhar os valores simbólicos das *tradições* do clube, mas por outro lado, acreditava que muitos deles teriam sido atraídos pelo novo simbolismo do clube remodelado na gestão Laporta, que fazia uma ponte com as *tradições* do clube e um compromisso social global: o referido "Més que un Club al Món". Esta é realmente uma possibilidade, mas que nos parece ainda carente efetivamente de pesquisas comprobatórias. Por outro lado, se considera que o perfil do torcedor global tenda a se aproximar

[338]Vale destacar alguns possíveis arranjos identitários dentro do próprio *barcelonismo/catalanismo* quando considerado outros esportes (fora o futebol). Por exemplo, muitos torcedores do *FC Barcelona*, residentes na Catalunha (mas de outras 3 províncias que não Barcelona, como *Lleida*, *Girona* ou *Tarragona*), em esportes como hóquei sobre patins, prefeririam torcer pelo seu clube local quando em confronto com a equipe do Barcelona.

[339]As memórias do clube de 2010/11 (2011), informavam que em 2010/11 o clube teria conseguido liberar cerca de 16 mil na modalidade *seient lliure* (sócios que liberavam seu assento, pois não iriam ao jogo), dos quais 81% foram adquiridos por assistentes que compraram ingressos, sendo que na *Liga* poderiam chegar a 89%. Ou seja, algo em torno de 10/15 mil pessoas no Camp Nou, cuja capacidade nessa época era de quase 100 mil lugares. Os valores obtidos com *seient lliure* em 2010/11 chegariam a quase € 20 milhões (MEMÓRIAS 2010/11, 2011).

[340]Aliás, em 2017, o turismo excessivo era a principal preocupação dos moradores de Barcelona (com o desemprego em segundo lugar), e a prefeitura da cidade preparava uma lei para limitá-lo na cidade (PLUSH, 2017).

mais do que nomeamos como *lealdade moderna*, mas não nos parece prudente concluir ou afirmar isso de maneira contundente. Na verdade, para avançar efetivamente sobre o perfil identitário do *barcelonista*, em diferentes partes do mundo, parece-nos fundamental pesquisas mais específicas, em qualquer parte, em que o *barcelonismo* passou a manifestar-se com a *globalização* do clube.

Neste particular, obtivemos alguns dados de torcedores *barcelonistas* no Brasil. Uma reportagem de 2017(GAMMARO; MOREIRA, 2017) afirmava que neste país sul-americano estaria surgindo um "novo tipo torcedor": jovem (entre 16 e 29 anos), vindo das classes médias-altas, com fácil acesso às novas tecnologias (*smartphones* e *aplicativos*), conteúdos da internet, vídeo games (uma das principais "portas de entrada" para o vínculo), TVs por assinatura de programação esportiva internacional, que em alguns casos até frequentava as escolinhas de futebol promovidas pelo clube no país. Este tipo torcedor nascera em meio a revolução tecnológica de fins do XX e inícios do XXI (os torcedores mais velhos seriam menos propensos a torcer por clubes estrangeiros), e se declarava adepto exclusivo de clubes europeus de ponta, com destaque para o *FC Barcelona*, com 28% das preferências, (o *Real Madri* viria em 2º, com 18% de preferência) (WILKSON, 2017?). Este torcedor representaria entre 0,5% e 2% do total de torcedores brasileiros, teria atração por times vencedores, midiáticos, pelo *espetáculo* e *status* que o clube conferia a sua *identidade*, não estando presente a cultura catalã nesta adesão. Este torcedor seria também menos limitado às fronteiras territoriais (teria condições plenas de contato virtual e até físico com os clubes). Além disso, seria muito consumista na sua relação com a agremiação, e muito atraído pela idolatria de jogadores como Lionel Messi (ou Cristiano Ronaldo). Por outro lado, estaria ocorrendo também um processo de popularização entre jovens de classes mais humildes, e a difusão de produtos piratas a baixo custo para atender a demanda desse público, por todo o Brasil, sendo também a notoriedade dos citados ídolos peça fundamental no vínculo afetivo, muitas vezes mais importantes e permanentes que o vínculo com os próprios clubes. Nesse sentido, vale destacar que Lionel Messi ao adentrar ao *Facebook* em 2011 obteve nas primeiras horas cerca de 7 milhões de seguidores (ELBERSE, 2015), e atualmente "rivaliza" ou tem mais seguidores, no caso do *Instagram* nas redes sociais, que o próprio *FC Barcelona*.

Cumpre notar, também, que no Brasil haveria alguns casos, por exemplo, em que os torcedores teriam uma relação prévia/latente de *pertencimento* com o clube em termos de valores, sendo a *lealdade moderna* (neste caso) uma ideia que parece menos apropriado para entender a relação. Por exemplo, há alguns descendentes de italianos no Brasil que se identificam com a *Juventus* da Itália, e muitos torcedores que tinham Neymar como ídolo passaram a adotar o *FC Barcelona* como o "time internacional", quando da sua contratação pelo clube catalão, parecendo ter forte vínculo afetivo com o jogador.

Em 2016, o *FC Barcelona*, nas redes sociais, contados apenas seus seguidores no país, já rivalizava com os clubes brasileiros mais destacados na internet. Tem-se a informação, também, que uma *penya madridista* no país (em São Paulo) seria frequentada por torcedores em sua maioria *mistos*: exclusivamente madridistas no plano internacional e exclusivamente de algum outro clube brasileiro (GAMMARO; MOREIRA, 2017), no plano nacional (o que nos sugere que isso poderia acontecer também para o caso do *FC Barcelona*). Estes torcedores se reuniriam para acompanhar os jogos dos clubes pela TV, e fariam outros eventos presenciais, além de promoverem um quadro associativo pago. Já na *penya barcelonista* de São Paulo, a informação que se obteve (CAMPOS; SCOZZAFAVE, 2017) é que ela existia desde 2004, congregando quase metade de catalães emigrados, e uma outra metade de brasileiros torcedores do clube.

Esses dados da experiência brasileira nos sugerem a hipótese de que o aficionado *barcelonista* que se propaga mundialmente, vai desde núcleos de torcedores *tradicionais clubistas* (e até *catalanistas*), até muitos aficionados próximo ao que denominamos *lealdade moderna* nas gerações mais jovens, que desenvolve uma *identidade consumo* em relação ao clube, mas dentro de uma gama bem complexa de possibilidades e *hibridações*.

Tolerância zero: a política de "pacificação das gradas"

Logo após assumir, a diretiva de Joan Laporta iniciou uma luta de expulsão dos chamados "grupos violentos" do clube (ação inédita na Espanha), em que se destacaria uma batalha do clube contra os *Boixos Nois*[341] considerados um dos maiores ícones de violência dentro do futebol (em Barcelona). A intenção era evitar que a imagem do clube fosse associada com a violência, mas também dotar o *Camp Nou* de um ambiente mais cordial, para os sócios e frequentadores de ocasião, oferecendo mais possibilidades de *consumo* (alimentício, ou de produtos do clube) além instalar camarotes e espaços para empresas, promovendo-o também como um parque temático. Mais do que isso, efetivar o estádio como parada obrigatória no passeio turístico da cidade (e aos pacotes de viagens), conectando-se ao fenômeno ascendente de Barcelona como uma capital referência no turismo internacional. Esta era uma estratégia para extrair mais receitas do estádio, em que foi aplicado também o encarecimento (entre 20% e 40%) dos preços de carnê de sócios e de ingressos ao *Camp Nou*, e também a reformulação do referido sistema *seient lliure* (SORIANO, 2010), tal como

[341]Segundo Barco (2015), Laporta também encerrou o costume de financiar as atividades daqueles ultras barcelonistas. Nessa época, um complô contra a diretiva de Laporta também teria sido desbaratada, na qual estariam envolvidos membros dos *Boixos Nois* e antigos diretivos ligado a Núñez. Para esta última afirmação ver documentário produzido pela "TV de Catalunya": https://www.youtube.com/watch?v=tp5_e5nE_F0. Acesso em: 30 mar. 2019.

uma posterior reforma do museu, incorporando uma seção sofisticada de multimídia (segundo andar), cujo fim do tour pelo estádio/museu seria uma grande loja do clube de três andares e cerca de 2 mil m2 (reinaugurada em 2010)[342]. A taxa de ocupação do estádio ascenderia paulatinamente desde 2003, de uma média de 73 mil pessoas para 80 mil (FORT, 2012)[343]. A estratégia também atendia um desejo de melhorar a imagem do clube, desligando associações com a violência e o *extremismo*. Nesse sentido, as novas medidas no *Camp Nou* objetivavam também expandir a imagem de um *catalanismo* receptivo, e não extremista.

Segundo Spaaij (2006), ainda durante a década de 1990 os *Boixos Nois* contraíram laços fortes com a diretiva de Núñez, recebendo subsídios, entradas grátis, ingressos para revenda e até mesmo financiamento de suas atividades por aquela gestão (o que explicaria o fato do combate aos episódios de violência no clube não teriam tido efetividade até ali). Além disso, teriam conseguido um espaço para guardarem seus materiais no *Camp Nou*, o qual tinha pouca fiscalização. Alguns deles foram empregados em negócios privados de diretivos, sobretudo como seguranças em estacionamentos. Outros viajavam com a equipe ficando nos mesmos hotéis (pagos pelo clube). Os *Boixos Nois* serviriam de proteção a Núñez, tal como para intimidação de adversários políticos ou críticos (como nas eleições de 2000, quando o candidato Lluís Bassat teve de pedir apoio policial). Por outro lado, desde aquela época, outros *ultras,* torcedores e sócios em geral do clube (em Barcelona) reclamavam de favorecimentos àquele grupo torcedor, pela diretiva. Mais do que isso, episódios de violência, vandalismo, ataques à própria torcida seriam cada vez mais frequentes no *Camp Nou*, e haveria um momento que o público no estádio começou a decair em função daqueles episódios. Segundo Viñas (2005), os *Boixos Nois* destoavam como uma minoria dentro da torcida *barcelonista*, exibindo símbolos fascistas que não encontravam eco de identificação entre a maior parte dos torcedores *culés* (e prejudicando a imagem do clube), embora se comentasse que nem todos eles eram violentos ou extremistas[344]. A proposta de "erradicação" e a falta de informação mais detalhada, teria criado uma polarização entre o clube e os *Boixos Nois*, e até mesmo contra os *ultras*

[342]Esta loja chegaria a ter pouco mais de 21 mil pessoas visitantes, apenas em um dia (FC BARCELONA.CAT, 2009), e faturava em média € 30 milhões de euros anuais, em 2017, sendo uma das *megastore* da Nike que mais faturava, pelo mundo (PALCO23, 2017). Quando estive em Barcelona, em 2017, havia inúmeras lojas do clube espalhadas pela cidade, como na *Plaça Catalunya*, ou no Aeroporto, revelando-se como uma marca estabelecida de consumo na cidade e entre os turistas. Segundo as Memória do Clube de 2010/11 (2011), seriam 14 delas em Barcelona naquele ano.

[343]As Memórias do clube de 2010/11 (2011), afirmavam que na *Liga* e na *Champions League* a média de assistência seria de 80 mil pessoas, e na *Copa do Rei* 50 mil. Vale pontuar que o clube teria mais de 170 mil sócios nessa época, sendo que a modalidade "sócios com assentos" (*sócios-abonados*) estava 100% preenchida.

[344]Uma entrevista na Revista Panenka, em 2016, um ex-Boixo Nois (preso por participar de um assassinato contra um hincha das *Brigadas Blanquiazules* em 1991) afirmava que Laporta inicialmente teria pedido apoio aos Boixos, na sua eleição, e que eles não recebiam apoio ou subsídios do clube. Por outro lado, Laporta sustentou que agiu de acordo com as informações que lhe chegaram, e sob a orientação do poder público (PANENKA, 2015).

em geral (como os *Almogávers* e os *Sang Culé*), como se todos fossem violentos e delinquentes (SPAAIJ, 2006). Por outro lado, Spaaij (2006) afirma que, nessa época, casos envolvendo os *Casuals* (subgrupo mais radical dos *Boixos Nois*) revelava interconexões já com o crime organizado, o tráfico de drogas internacional, até mesmo com sequestro e tráfico de armas.

Os *Boixos Nois*, nessa época, se situavam então no *gol nord*, e houve um apoio do poder público (e organismos do futebol) para a sua expulsão, com cerca de 90% dos sócios *barcelonistas* apoiando também a medida[345] (SPAAIJ, 2006). Para tal, o clube passou a cadastrar o número da identidade de todos que frequentavam aquele espaço e negar qualquer tipo de subsídio: muitos pararam de ir, os que ficaram demonstravam sua rejeição em gritos contra a diretiva de Laporta, exibindo também faixas e manifestações de desaprovação em viagens da equipe. Houve ameaças sérias contra o presidente e sua família. Organizou-se inclusive uma tentativa de agressão ao presidente, com ex-funcionários do clube e até um esquema sofisticado que envolvia um guarda costas de Laporta foi desbaratada antes (VIÑAS, 2005; SPAAIJ, 2006). Paralelamente, houve fragmentações no interior daquele grupo e surgimentos de *grupos* novos (como os *Grup Fidel* e *Ressaka Culé*) (ULTRAS-TIFO, 2010), e em geral enfraquecimento e diminuição das *gradas*. Por outro lado, os *Boixos Nois* não se dissolveram totalmente, permanecendo certo núcleo ativo (numa espécie de clandestinidade), enquanto outros migravam para as novas formações torcedoras "pacificadas" ou outras partes dos estádios. Aquele núcleo permanente continuou viajando para assistir o clube (fora de Barcelona não haveria restrições), ou reunindo-se nas cercanias do estádio em dias de jogos. Em 2014, por exemplo, teriam causado distúrbios e imitado "macacos", referindo-se a Daniel Alves e Neymar, na final da Copa do Rei de *FC Barcelona* x *Real Madri*, em Mestalla (Valência) (MARQUES, 2014).

Na visão do *grada* Josep, a expulsão dos *Boixos Nois* foi um pouco exagerada e generalizante, destacando que o problema poderia ser resolvido com mais diplomacia. Josep (2017) também lembrou que por essa época outros novos grupos torcedores passaram a surgir, mais próximos a proposta dos *Almogávers* de animar sem violência. Eles seriam os *Supporters Puyol* (2004)[346], *Nostra Ensenya* (2002), *Supporters Barça* (2012), todos eles sempre situados no *gol sur.*

Na ocasião da minha estadia em Barcelona em 2017, o clube havia recém-criado/deslocado (temporada 2016/2017) as torcidas *ultras* para um local na parte baixa, atrás do *gol nord*, para abrigar todos eles, denominado *espai d´animació*. Segundo o clube, para fazer parte deste espaço, o

[345]A ofensiva de Laporta começaria logo após o primeiro jogo da sua diretiva no Camp Nou, quando membros do *Boixos Nois*, ascenderam vários sinalizadores (proibidos) em protesto contra ele no estádio.
[346]Data de criação do grupo, retirado do site do clube em mar. 2018.

aficionado necessariamente precisaria ser maior de 16 anos (ou, se acompanhado dos pais, com mais de 18 anos), sócio do clube e sócio de um destes grupos. Além disso, não podia ter nenhum registro por má conduta no clube ou na lei (SITE DO CLUBE, 2018). O *espai d´animació* era formado por cinco diferentes subgrupos: *Supporters Barça*, *Almogávers*, *Creu de Sant Jordi*, *Supporters Puyol*, *Nuestra Enseña*[347].

Josep disse que naquele momento, seu grupo, os *Creu Sant Jordi* teria mais ou menos cerca de 70/80 pessoas, os *Supporters Barça* cerca de 400, os *Almogávers* cerca de 300, e o *Nostra Ensenya* cerca de 70. Segundo ele, ainda, *grada Sant Jordi*, e a recém "grande" *grada* do *FC Barcelona* seriam bem heterogêneas, teriam pessoas de esquerda e de direita, destacando-se os independentistas, embora houvesse alguns que se afirmassem como "apolíticos", os *Supporters Barça*, por exemplo. O grupo *Almogávers*, segundo ele, teria iniciado e estabelecido a prática do cântico de independência no minuto 17:14 (a data 1714 foi quando se deu o cerco de Barcelona por Castela), nos jogos do clube no *Camp Nou*. Entretanto, dentro da própria *grada*, haveria discordância, havendo aficionados que se calariam nesse momento, outros que criticariam, permanecendo o *FC Barcelona* como o símbolo de coesão. Naquela época, os grupos de animação poderiam seguir exibindo *esteladas*, faixas, manifestações políticas e gritos independentistas, por exemplo, mas essas manifestações eram mais controladas pelo clube e pelos próprios órgãos do futebol espanhol, que inclusive anotavam xingamentos feitos pelos torcedores daquele espaço, o que poderia gerar multas para o clube posteriormente.

Josep relatou também que, na época da nossa entrevista, a *grada* ainda organizava os seus mosaicos e faixas, mas isso era restrito ao seu espaço (pois no restante do campo o clube que organizava). No caso da organização no espaço específico da *grada*, esta performance era organizada (na época da nossa entrevista) por um conselho de 15 pessoas (das gradas), três de cada subgrupo (*Supporters*, *Noestra Ensenya*, *Almogávers*, *Creu Sant Jordi*, *Supporters Puyol*) que decidiam o que iriam expor, e depois passariam ao clube (que autorizava ou não). Para esses grupos, as maiores referências de animação seriam os ingleses (*supporters*) e italianos (*ultras*), mas Josep também me disse que eles admiravam as animações torcedoras da Alemanha e da Polônia. Segundo ele, desde 1980, se copiavam as músicas das torcidas inglesas e italianas, e na época da nossa entrevista, além daquelas, os cânticos das *hinchadas* argentinas eram também fonte de inspiração deles e em vários clubes europeus. Diz que a *grada* se tornou menos radical em relação as faixas e mosaicos que ostentavam, seja para não prejudicar ou seja para não promover relações hostis com a diretiva do

[347]Segundo a *Revista Barça* (2011), a decisão de criação de um "espaço de animação" para as torcidas no clube, foi decidida em 2011, após reunião com os sócios compromissários daquele ano, ocasião em que também passou a se proibir fumar nas arquibancadas do *Camp Nou*.

clube, porque as restrições se tornaram cada vez mais severas e eles poderiam perder os benefícios de ser *grada*.

O historiador Carles Viñas (2017) relatou que as restrições e ascensão do "futebol moderno" teria provocado a migração de torcedores *gradas* para outros clubes de bairro em Barcelona, porque já não se identificavam com o clubes e o processo de modernização em desenvolvimento, ou mesmo restrições: assim, passariam a frequentar jogos de clubes como *San Andreu*, *Europa* e *Júpiter*, onde estariam criando *gradas* de esquerda.

O periodista Jordi Finestres (2017), declarou que com a saída dos chamados grupos de animação "violentos", houve o surgimento de novos grupos de animação "não violentos" que mantinham o espírito festivo, com o benefício de rechaçarem a violência. O memorialista também destacou que se o estádio, em certos momentos, ficava mais silencioso era mais por causa do contexto: o adversário, o momento de uma partida, ou a própria cultura catalã. Na opinião de Finestres a expulsão dos "violentos" foi boa porque provocavam problemas sérios de convivência no estádio. Mais ou menos na mesma direção foi a narrativa do Sr. Ramon Terméns, sobre as *gradas*:

> Yo acho que como se ha estructurado la grada joven en lo últimos año, para mi es una cosa boa, para mi, creo, que es un éxito, creo que es suceso de cómo se ha conseguido que haya mil jóvenes que sean: alegres, que no generen ningún problema, que no generen ningún acto violento, que no generen ninguna cosa y aporten alegría ruido espirito joven en el Barça. Porque yo *acho* que esto es una cosa boa, es cierto que esto no se puede, como se fala eso, no se puede bajar la guardia, no se puede abrir portas a que entren violentos, a que entren drogadictos, violentos a que entren personas que no sean socios…Concordo con lo que hizo Laporta, concordo de cuando você se encuentra en una situación extraña, donde no sabes quién es bueno, quien es malo: "vamos a limpiar todos" [error] "vamos a limpiar, vamos iniciar un nuevo camino"…que eso tarda un año, tarda dos, tarda tres, tarda cuatro no importa. Más primero chapo por eliminar una situación negativa…chapo por construir una nueva grada, con filtros, con controles, sin violentos, todos socios del Barça para que aporten juventud, ruido, cantos, gritos alegría al Barça […] era algo que con el tiempo y especialmente en tiempo de Núñez se convirtió en un problema, logo Laporta resolvió esto problema cortando y limpiando y luego poco a poco […] poco a poco han ido mellorando incorporando, pues un nuevo…una nueva grada, que para mi es correcto […] mejor ahora [ir ao *Camp Nou*], mucho mejor ahora….es más sana […] antes era peligroso, llena de intereses, ahora es sana (TERMENS, 2017)[348].

Os relatos de Jacob, e (sobretudo) de Josep, enfocaram muito nas transformações dos

[348]"Eu acho que, como se estruturou a grada jovem nos últimos anos, para mim é uma coisa boa, acredito que é um êxito, um sucesso de como se conseguiu que existam mil jovens que sejam alegres, que não promovam nenhum problema, que não cometam nenhum ato violento, que não gerem coisa alguma e aportem alegria, ruído, espírito jovem no Barça. Porque eu acho que isso é uma coisa boa, é certo que isso não pode ser, como fala isso, você não pode baixar a guarda, não se pode abrir portas para os violentos, para que entrem viciados em drogas, violentos que não sejam sócios ... concordo com o que fez Laporta, concordo de que quando se está em uma situação estranha, em que você não sabe quem é bom, quem é ruim: "vamos limpar tudo, vamos limpar, vamos iniciar um novo caminho "... que isso leve um ano, leva dois, leva três, leva quatro, não importa. Mais primeiro deve eliminar o negativo ... construir uma nova grada, com filtros, controles, sem violentos, todos sócios do Barça para que aportem juventude, barulho, cantos, gritos de alegria para o Barca [...] era algo que com o tempo, e especialmente em tempo de Núñez, se tornou um problema, logo Laporta resolveu este problema cortando e limpando e depois, gradualmente [...] gradualmente melhorou-se, incorporou-se como um novo ... uma nova grada, que para mim é a correta [...] melhor agora [ir para o Camp Nou], muito melhor agora ... é mais saudável [...] antes era perigoso, cheio de interesses, agora é saudável.".

estádios e como isso repercutiu na reconfiguração do público nessas praças, durante a inserção do clube na lógica do futebol negócio. Nessa linha, os dois *gradas* exprimiram o que Llopis (2015) chamaria de sentimento de *resignação* diante das transformações ocasionadas pelo futebol globalizado e cada vez mais mercantilizado: ambos, por exemplo, e tal como os aficionados *gradas* do *RCD Espanyol*, reclamam dos horários ruins de alguns jogos (determinados, geralmente, para uma melhor inserção na grade televisiva); demonstram também uma nostalgia com o modelo de futebol que vivenciaram em um passado não muito distante, mas ao mesmo tempo veem as transformações de cunho mercantilista como acontecendo (cada vez mais) inevitáveis, e as vezes até desejáveis, porque seriam necessárias para o *FC Barcelona* ter ascendido e continuar competitivo em termos globais.

> ..todo profesionalizando más si han convertido los clubs…se han convertido en empresas, si ha perdido un poco el espíritu más popular y el futbol ahora es un gran negocio. Entonces los clubs tuvieron [que] adaptar a las novas situaciones, al negocio mundial que significa…Empezaron como [error] de gente que le gustaban al futbol, y hacían un equipo, y a gente pues los seguía [error] convertirse ahora que son multinacionales, y sobre todo pues el Barça un club mundial. Digamos que el espíritu de lo que es un club autentico si vive en categorías inferiores, pero lo que es un gran club como el Barça, pues tenemos digamos suerte poder ser socio…acceder a ser socios. Pero evidentemente la filosofía del futbol, y como nosotros vivíamos el futbol antes, ahora hay cambiado mucho (JOSEP, 2017)[349].
>
> Lo que pasa es que en esa situación de hoy en día, es muy complicado esto, porque parece que si no entra dentro de la rueda, te quedas fuera. Pero para mí, el Barça es como una equipo de valores, de determinadas personas, como de romanticismo en el futbol. Lo que pasa que no es bueno en esa época ahora para el romanticismo en el fútbol. O entras dentro de la máquina de hacer dinero y que el dinero te dé para hacer los fichajes y para pagar los cracks que tienes, parece que no puedas continuar, o sea…pero, evidentemente la frase "Més que un club" es una frase determinante, determinante para que la gente pueda entender un poco o que significa ser del Barça esta es una frase la cual que yo estoy mil por ciento de acuerdo (JOSEP, 2017)[350].
>
> …cuanto más grande sea el Barça, es que es mejor, porque es más conocido. Lo que pasa es que, a ver, no todo mundo tampoco en Barcelona o en Catalunya vive igual a Barça. Pero podemos vivir como penystas, como grada, hay mucha gente en Barcelona que también dice que es del Barça pero tampoco se va a Camp Nou y solo ve por la tele. Por lo tanto, poca diferencia hay con un barcelonista que viva en Brasil o en Japón hace lo mismo […] ganamos muchas cosas y es normal que sea muy atractivos por mucha gentes que antes no lo eran […] como el futbol necesita mucho dinero, pues claro hay que vender camisetas […] hay que

[349]"...todo profissionalizado se converteram os clubes ... se converteram em empresas, perdeu-se um pouco de espírito mais popular e o futebol é agora um grande negócio. Então, os clubes tiveram que se adaptar a situações novas, ao negócio global que significa ... Eles começaram como pessoas que gostavam de futebol, e formavam uma equipe, e as pessoas depois os seguiam, tornaram-se agora multinacionais, e acima de tudo, porque o Barça é um clube mundial. Vamos dizer que o espírito do que é um clube se vive nas categorias inferiores, mas o que é um grande clube como o Barça, pois temos digamos a sorte de poder ser sócios. Mas, obviamente, a filosofia do futebol e o futebol como vivíamos antes, agora mudou muito.".

[350]"O que acontece é que, nesta situação hoje, isso é muito complicado, porque parece que se não entra dentro da roda, você está fora. Mas para mim, o clube é como um clube de valores, de certas pessoas, como de romantismo no futebol. O que acontece é que agora não é bom para o romantismo no futebol. Ou você anda dentro da máquina de fazer dinheiro, e que o dinheiro te dê para fazer as transferências e pagar os craques que tem, ou parece que você não poderá continuar, ou seja ... mas, obviamente, a frase "mais que um clube" é uma frase determinante, determinando que as pessoas possam entender um pouco o que significa ser do Barça esta é uma frase que eu estou de acordo em mil por cento.".

> poner los partidos a unas horas que no son normales […] es inevitable […] el limite tiene que poner con los sueldos de los jugadores, porque cobrando lo que están cobrando es normal, es inevitable (JACOB, 2017)[351].

Isso não impede que demonstrem também descontentamento com as transformações, em alguns casos. Por exemplo, Josep citaria a manutenção liberdade de beber nos estádios da Inglaterra (diferente da Espanha), afirmando que achava correto medidas para proteger o aficionado comum, mas sugeria ter havido um exagero e que todos deveriam continuar a experenciar o jogo da forma como gostavam e não ser tratados como delinquentes. O torcedor afirmou também que os controles das *gradas* se tornaram cada vez mais restritivos: registros digitais, vídeos e controles por policiais cada vez mais frequentes de quem entrava nos estádios, e até estigmatização de uma forma de torcer mais catártica. Controlaram-se também as faixas, espalharam-se câmeras, faziam-se revistas, e até os xingamentos das torcidas eram fiscalizados. Josep lembrou um episódio recente a nossa entrevista, quando a *grada barcelonista* fez uma faixa com os dizeres "Primer negocio chino sin final feliz" ("Primeiro negócio chinês sem final feliz") por ocasião do jogo contra o *RCD Espanyol* (cujo proprietário era chinês), e que na sua visão aquela simples faixa havia dado uma série de problemas a eles, sendo que anos anteriores havia faixas e gestos muito mais "fortes" que não ocasionavam nada: para ele, os anos anteriores torcer era muito mais divertido.

Segundo ele, os torcedores mais jovens não notariam as diferenças, mas para ele sim, e seria cada vez mais incômoda a restrição nos estádios. Por outro lado, afirmou também que os problemas passaram a acontecer não mais nas *gradas* (que foram pacificadas por toda a Europa), mas passariam a acontecer nas ruas. Em um desses episódios (morte de um torcedor de um grupo *ultra* do La Coruña em confronto com outro grupo do Atlético de Madri, em 2014) teriam motivado uma nova modificação e restrição das *gradas* na Espanha, inclusive no *FC Barcelona* com a criação do referido espaço no *"*gol nord*"*. Com a saída dos *Boixos* do *Camp Nou*, para Josep, o estádio ficou menos festivo. Em sua opinião, se as *gradas* fossem totalmente proibidas no estádio do *FC Barcelona*, o campo viraria um cemitério, porque seriam as gradas que puxariam os cantos e a animação.

---

[351]"... quanto maior seja o Barça, melhor, porque é mais conhecido. O que acontece é que, veja, nem todo mundo em Barcelona ou Catalunya vive da mesma forma o Barça. Mas podemos viver como penystas, como gradas, há muitas pessoas em Barcelona que também dizem que são do Barça, mas nem vão no Camp Nou, só assiste na TV. Portanto, pouca diferença existe com um barcelonista que vive no Brasil ou no Japão [...] nós ganhamos muitas coisas e é normal ser muito atraente para muitas pessoas que antes não eram do clube [...] como o futebol precisa de um monte de dinheiro, porque é claro que você tem que vender camisetas [...] tem que colocar os jogos para algumas horas que não são normais [...] é inevitável [...] o limite tem de colocar-se com os salários dos jogadores, porque cobrar o que eles estão cobrando é normal , é inevitável.".

Metamorfoses recentes no *Camp Nou* e da torcida no estádio

Figura 19 - Foto aérea recente do Camp Nou

Fonte: Site do clube (2019).

A imagem acima é uma fotografia aérea do Estádio do *FC Barcelona*, o *Camp Nou*, em alguma data entre 2010 e 2017. Portanto seria este o formato do estádio em 2010. Neste momento o Estádio, e seus arredores, já contavam com um complexo conjunto de edifícios que reunia o auditório, a loja do clube (reformada em 2003, e ampliada em 2010 com 3 andares, e que passaria diariamente a receber uma multidão de pessoas, tal como o próprio museu), praça de alimentação, estacionamentos, escritórios e mais um estádio ("Mini Estadi", entregue em 1982) para o Barcelona B. No ano de 2007, seriam realizadas as comemorações dos 50 anos do *Camp Nou*. Nesta ocasião houve inclusive um concurso promovido pelo clube, denominado *Proyecto Foster*, para eleger o melhor projeto de remodelação do estádio, mas após a escolha acabou não se concretizando devido as dificuldades técnicas e urbanísticas, somadas ao contexto de dificuldade econômica (crise de 2008) (SANTACANA, 2009). A nova diretiva de Sandro Rosell, pós Laporta (depois de 2010), ainda, iniciaria e faria a proposta da remodelação do estádio e do seu entorno com uma concepção diferente, denominada "*Espai Barça*".

Figura 20 - Foto aérea recente do entorno do Camp Nou

Legenda
1. *La Masia* (antiga, funcionou até 2011); 2. *Camp Nou*; 3. *Museu do Clube*; 4. *Praça de Alimentação*; 5. *Loja Oficial do Clube*; 6. *Palau Blaugrana* (quadra poliesportiva, abriga os jogos das equipes de futebol de salão, basquete, handebol e hockey sobre patins); 7. *Pista de Gelo*; 8. *Mini-Estadi.*

Fonte: Revista Barça (2011).

O professor Solé destacou que o *FC Barcelona* constituiu um dos Estádios mais seguros da Europa desde os fins do século XX, com grandes portões de entrada e espaço no seu entorno, muito devido ao amplo terreno onde foi construído o *Camp Nou*. Além disso, um estádio cujas reformas o tornaram muito moderno, e mais voltado a um público "familiar" e que busca o espetáculo. O memorialista Jordi Finestres destacou que as mudanças realizadas no *Camp Nou* sempre respeitaram a sua concepção arquitetônica mais geral, e que não houve historicamente resistências nessas transformações.

Em termos de composição social no estádio, Finestres destacou que ela não mudou tanto, pois apesar de um crescimento dos turistas, as famílias habituais continuariam indo, e os sócios "seriam os mesmos", embora ele notasse a presença de pessoas mais novas no *Camp Nou* e de um aumento do número de mulheres. Sobre o crescimento de turistas no estádio, Finestres disse que isso incomodava um pouco, e havia perdido-se um pouco a sociabilidade familiar no estádio, mas por outro lado os turistas e o formato do *seient lliure* (assento livre,

política do clube em permitir os associados com assentos ceder seu lugar no estádio, em troca de um valor pago pelo próprio clube) teria permitido os antigos sócios negociar seus ingressos com o clube e ter benefícios econômicos com isto.

Já a opinião da sócia torcedora Mari, foi de que o aumento de turistas no *Camp Nou* como fazia parte do processo de mercantilização do futebol (que não seria restrito ao *FC Barcelona*), mas também como associado ao próprio processo de marketing, gentrificação e "turistização" da cidade de Barcelona, ocorrida a partir de 1992. Segundo ela, os dois processos seriam ruins porque eram projetos calcados na questão comercial que não beneficiavam *barcelonistas*, ou os moradores de Barcelona. Encareciam entradas nos estádios, o aluguel das moradias, e teriam convertido a cidade de Barcelona, e o próprio clube, como voltados para os turistas que poderiam pagar mais. Em ambos os casos isso repercutiria na perda da identidade do clube e da cidade:

> Yo con el tema de turismo soy una persona que tiene una opinión muy...un poco tajante. Mira, yo creo que hay exceso de turismo, y en el campo de Barça pues también. Porque si los precios… es decir el Barça pone las entradas a unos precios que son asequibles solo para gente con dinero. ¿Quién tiene dinero? Los turistas. Entonces el problema de esto es la pérdida de identidad, que supone que en las gradas no pueda ir gente con unos sueldos como los que tenemos aquí. Y por lo tanto no me parece bien, o sea está bien yo no tengo ningún problema con los turistas, lo tengo con el club, yo quiero que el club no ponga las entradas a esto precio porque la gente aquí no puede ir. Y yo creo que esto supone pues esto, una pérdida de identidad porque nos estamos vendiendo, bueno, aquí todo por lo espectáculo que lo vean a ver los de fuera y los de casa lo viene por la tele y esto no me gusta. Y en Barcelona es lo mismo, la gente está muy contrariada con el tema de turismo porque no se gana tanto a nivel social como lo que está perdiendo, los precios de los pisos están muy altos [...] porque los propietarios prefieren alquilar a Airbnb, alquilan en Airbnb y ganan una pasta [...] las inversiones que se han hecho, si vas a Paseo de Gracia, La Diagonal que son las calles bonitas de Barcelona, pues todo pagado con dinero público para que los turistas tengan gusto, porque yo nunca voy a Paseo de Gracia (MARY, 2017)[352].

Jacob, da grada *Sang Culé Cor Catalá*, por outro lado, não via a quantidade de turistas no campo como um problema, mas até como algo desejável visto que isso permitiria o clube ter

[352]"Eu, sobre o turismo, sou uma pessoa que tem uma opinião muito ... um pouco brusca. Olha, acho que há muito turismo e também no campo do Barça. Porque se os preços ... ou seja, o Barça coloca os ingressos a preços que são acessíveis apenas para pessoas com dinheiro. E quem tem dinheiro? Os turistas. Então, o problema com isso é a perda de identidade, o que significa que pessoas com salários como os que temos aqui não podem entrar nas arquibancadas. E, portanto, não parece certo, que está tudo bem eu não tenho nenhum problema com turistas, eu tenho com o clube, quero que o clube não coloque este preço nos bilhetes, porque as pessoas aqui não podem ir. E eu acho que isso significa que isto supõe, uma perda de identidade, porque nós estamos vendendo, bem, tudo aqui para mostrar para verem os de fora, enquanto os da casa veem pela TV, e eu não gosto. E Barcelona é o mesmo, as pessoas estão muito chateadas com o tema do turismo, porque você não ganha tanto a nível social quanto o que se perde, os preços dos apartamentos estão muito elevados [...] porque os proprietários preferem alugar para Airbnb, alugar na Airbnb e ganhar uma fortuna [...] os investimentos que têm sido feitos, se você vai para o Paseo de Gracia, Diagonal, que são as belas ruas de Barcelona, mas tudo pago com dinheiro público, para que os turistas tenham gosto porque eu nunca vou ao Paseo de Gracia.".

mais rendimento num futebol mercantilizado. Essas mudanças no *Camp Nou*, para ele, seriam inevitáveis (face a mercantilização do desporto), apesar de lhe incomodar um pouco. O memorialista do *RCD Espanyol* Xavier Ruiz Hierro também destacou que o sistema do *seient lliure* do *FC Barcelona* passou a atrair um público "turista" para o Estádio, e eu notei que a expressão de "clube de turistas" era comum entre os *pericos* (os torcedores do *Espanyol*) para estigmatizar os *barcelonistas* (aliás, em Barcelona percebi que "coisa de turista" era algo meio pejorativo para aqueles que não conheciam efetivamente a "riqueza" da cidade, em termos de eventos sociais e suas tradições mais nobres). O jornalista Xavier García Luque afirmou que as pessoas que frequentavam já por muito tempo o *Camp Nou*, e tinham uma sociabilidade familiar em geral com os "vizinhos de cadeira" não gostaram da "invasão dos turistas", porque eram localidades fixas em que se encontravam com amigos e pessoas de longa data, e passou-se se encontravam com pessoas festivas, fazendo selfies e que não estavam ali para "sofrer" com o clube e pertencer a uma mesma comunidade. Isso aconteceria menos no setor das tribunas, onde as vendas de entradas seriam mais raras pelos proprietários das cadeiras, e o fluxo de "turistas" menor.

Muitos dos entrevistados não concordaram de que houve um forte aburguesamento no *Camp Nou*. O jornalista Xavier García Luque, por exemplo, destacou que todo o futebol se tornou caro e mais restritivo do ponto de vista econômico. Entretanto, essa inflexão não teria demarcado uma mudança identitária no *FC Barcelona*[353]. O que teria mudado, segundo ele, é que antes haveria muitas *gradas* de pé e baratas no *Camp Nou* que as pessoas mais pobres podiam frequentar, e que na atualidade quase não haveria, pois teriam sido proibidas ou substituídas por lugares sentados, mas isso não aconteceria somente no *FC Barcelona*.

Já Josep afirmou, que ser sócio do Barça (apesar do aumento) não se tornara algo caro (nos setores populares, pois haveria setores que sempre foram caros e aumentaram muito também): o preço de ser sócio do clube *azulgrana* seria muito mais barato em comparação aos clubes ingleses, no mesmo período, por exemplo (relatou que pagaria cerca de € 400 anuais). Jacob também disse que não houve um grande aumento de ingressos e valor de sócio (esse aumento começaria, segundo ele, a partir de 1992), embora considerasse que o público do *Camp Nou* sempre fora aburguesado, um "público de teatro". Segundo ele o *Camp Nou* ficou muito saturado, menor, com menos jovens e menos festivo com as transformações, e criticou a mudança de horário dos jogos para favorecer as TVs (essa foi uma referência/reclamação foi

[353]Vale destacar que permaneceu no FC Barcelona a divisão habitual dos estádio: as tribunas (lotja) a qual frequentariam as classes mais abastadas de barcelonistas, e o restante do estádio, com preços mais acessíveis.

comum entre os outros entrevistados).

Já sobre o processo de elitização do futebol nos estádios, o professor Carles Viñas destaca que ele aconteceu na Espanha, mas seria mais perceptível em clubes menores. Num clube da dimensão do *FC Barcelona*, isso pouco repercutiria no caráter popular do clube, embora o encarecimento do preço dos ingressos (geralmente revendidos pelo sistema *seient lliure* aos não sócios - a não ser em partidas fora da *Liga* ou da *Champions League*) tenha afastados torcedores das classes mais humildes. As imigrações também não teriam promovido uma reconfiguração destacada entre os aficionados *barcelonistas* em Barcelona[354]. Para o historiador não houve uma *hibridização*, ou surgimento de núcleos étnicos organizados, entre os torcedores sócios do *FC Barcelona* (como ocorreria com o Arsenal, por exemplo): os torcedores que passaram a frequentar o campo e não eram catalães, geralmente eram turistas e estavam de passagem pela cidade. Inclusive a presidência de Rosell (a partir de 2010), limitou o acesso para ser sócio do clube, temendo um processo dissolução da cultura catalã e barcelonista dentro do clube (como na cultura de formação de jogadores em *La Masia*). Este posicionamento foi colocado já na sua campanha para a presidência em 2010, afirmando que o clube precisava crescer qualitativamente e de forma sustentável, e não apenas quantitativamente (REVISTA BARÇA, 2010)[355]. Esta decisão foi tomada em novembro de 2010, após a assembleia anual de sócios compromissários, em que definiu que para ser sócio do clube era necessário ser familiar de primeiro ou segundo grau de outro sócio adulto, teria que ser menor de 15 anos ou ter sido socio durante dois anos consecutivos, no mínimo, antes de 2010. Passaria a existir uma 4ª opção para tornar-se sócio: pagar um carnê do clube durante 3 anos consecutivos, para então solicitar a associação (MEMÓRIA 2010/11, 2011)[356]. Sobre essa questão, vale, ainda, transcrever o depoimento do ex-presidente dado ao memorialista Martí Perarnau, no livro *Senda de Campeones*:

> No hay nada que pueda evitarlo, salvo la propia cultura del club y la consciência de la junta directiva em esse hipotético momento (...) Por dicha rázon hemos querido regular la entrada de sócios: veíamos que teníamos, cada día que pasaba, más socios extranjeros. Y podría ocurrir que, com las nuevas tecnologias, el alcalde de um Pueblo de Siberia acabase siendo elegido presidente del Barça por 50.000 socios habitantes de esse Pueblo. O que llegase um extranjero, que no tiene porque entender la cultura del Barça, ni la catalanidad, ni su historia, y decidiera quitar la *senyera* del escudo o acabar com la cantera. Por tanto, hemos de intentar controlar y regular nosotros

[354]A Revista do clube registraria que no período entre 2003-2006 se incorporariam cerca de 30 mil novos sócios no clube, os quais 5% (cerca de 1.500) seriam estrangeiros.
[355] O clube também buscaria acabar com os cadastros irregulares de sócios, e reorganizar a lista de espera para se tornar "sócio abonado" (sócio com direito a assento no *Camp Nou*) (MEMÓRIA 2010/11, 2011).
[356]Neste ano o clube registraria 176 mil sócios, dos quais 37% em Barcelona, 50% na Catalunha e apenas 13% fora da Catalunha, sendo 24% dos sócios mulheres (MEMÓRIA 2010/11, 2011).

> mismos que todas las juntas directivas de los próximos 100 años posean um perfil similar (ROSELL apud PERARNAU, 2011)[357].

Por outro lado, a Revista do Clube afirmaria (em 2005) que pelo fato de faltarem assentos no *Camp Nou* para os sócios (o clube ao longo dos anos, e com as reformas do estádio, passou a ter mais sócios do que lugares dentro do estádio), e constituiu-se um perfil do *sócio-abonado* (sócio com assento) ser de um nível econômico em média mais privilegiado, e cuja média de idade seria 49 anos, 7 anos mais velho que os sócios em geral (REVISTA BARÇA, 2005).

Mary afirmou não ter uma percepção de mudança muito grande na experiência de assistir o jogo no estádio, entretanto percebia que tempos anteriores era mais comum encontrar conhecidos nos assentos "vizinhos", que crescentemente passaram a ser ocupados por turistas. Lembrou-se de quando pequena tinha medo das *bengalas* (sinalizadores), e achava as *gradas* importantes porque ajudam a animar o campo, entretanto aprovou a expulsão dos *Boixos Nois*, porque seriam violentos e grande parte deles extremistas de direita.

O jornalista Xavier García Luque destacou que haveria uma recente aprovação dos sócios do *FC Barcelona* (em 2017) pela construção de um novo Estádio, já que muitos deles (apesar de sócios) não contavam com assentos no Estádio. Ou seja, apesar do saudosismo pelo Estádio, a reconstrução de outro *Camp Nou* acabava tendo apoio de uma maioria, entre os próprios sócios do clube. O *grada* Josep também defendia (na nossa entrevista em 2017) a necessidade de uma reforma no *Camp Nou*, pois haveria já outros clubes na Europa com melhores estádios. Na sua visão, entretanto, não simpatizaria com um projeto (então em pauta) de ampliação do Estádio (preferia um Estádio menor e com mais *barcelonistas* locais), pois este seria apenas mais um projeto calcado num desenfreado modelo de venda de ingressos e comércio para turistas e consumidores (como o promovido pelo *seient lliure*) que não deixariam de fato o estádio mais festivo. Na sua opinião, a venda de uma parcela de ingressos aos "turistas" seria inevitável e até justo, mas não deveria acontecer de forma desenfreada. Sobre um novo estádio o memorialista Jordi Finestres afirmou que os sócios não gostariam de algo "faraônico" e impagável (como acontecera com o *Camp Nou*) mas algo real (e bem explicado aos sócios de

[357]"Não há nada que possa ser evitado, exceto a própria cultura do clube e a consciência da junta diretiva nesse momento hipotético (...) Por isso queríamos regular a entrada dos sócios: vimos que tínhamos, a cada dia que passava, mais sócios estrangeiros. E poderia acontecer que, com as novas tecnologias, o prefeito de um Povo da Sibéria acabasse sendo eleito presidente do Barça por 50.000 habitantes desse povo. Ou que um estrangeiro chegasse, que não tem por que entender a cultura do Barça, nem a Catalanidade, nem a sua história, e decidisse remover o logo do escudo ou terminar com as categorias de base. Portanto, devemos tentar controlar e regular nós mesmos que todos as juntas diretivas, dos próximos 100 anos, tenham um perfil semelhante.".

como seria feito), distinto e que respeitasse as tradições do clube. Por outro lado, esse novo estádio, para atender aos turistas, deveria também continuar transmitindo a história e a beleza arquitetônica:

> La mayoría de los socios y aficionados del Barça quieren que el estadio sea distinto de los otros. Claro, si estamos hablando de un más que un club o un club distinto, un club con una seña de valores con una historia muy singular, el estadio no puede ser un estadio estándar, un estadio más. Tienes que ser…es decir: el socio del Barça ha presumido de su estadio, y la prueba es que los visitantes, los millones de turistas que vienen a cada año en Barcelona, uno de los puntos imprescindibles de visitas [es] el estadio, por dos razones: una, por la simbología de lo que desprende este Estadio donde ha jugado los mejores o casi todos los mejores jugadores da historia del futbol; y parte por la belleza del estadio. Por eso es un estadio distinto, incluso no pedimos que sea el estadio más feo [sic] del mundo pero sí, que sea uno estadio, que tenga, que respire, que explique la identidad del Barça y por eso es tan importante…Es decir, vivimos en una ciudad Barcelona, en el mediterráneo, pues que sea un estadio abierto. No queremos que sea un "no se qué arena" más de los muchos que hay en Europa, o como bien explicas en Brasil, o en América. Queremos que sea un estadio distinto, queremos que la gente cuando venga al *Camp Nou* diga *"*eso el estadio del Barça que tiene esta singularidad!" y bueno esto a veces puede ser un problema porque no es fácil encontrar el encaje entre la modernización y los usos que se refieren en el siglo XXI, y esas esencias tan identitarias. Pero yo creo que es lo que quiere el socio, aficionado del Barça. Lo que seguro que no quiere es un pedazo de hormigón o de cemento construido ahí, no! Quiere que sea un estadio qu también simbolice la identidad del Futbol Club Barcelona (FINESTRES, 2017)[358].

Tradição e conflitos: reconfiguração da diretiva de Laporta e mais laços globais

Em 2005, uma cisão na diretiva de Joan Laporta evidenciava um traço "incompleto" (ou falta de *cultura corporativa* no plano diretivo) daquela *modernização* (ou busca de melhores encaixes à globalização) em pauta no *FC Barcelona*. Aparentemente uma briga de "egos" faria com que Sandro Rosell pedisse demissão da junta diretiva (junto com Josep Maria Bartomeu, Jordi Monés e Jordi Moix). Soriano (2010) trataria os conflitos naquela junta ainda como

[358]"A maioria dos sócios do Barça e torcedores querem que o estádio seja diferente dos outros. Claro que, se estamos falando de "mais do que um clube" ou um clube diferente, um clube com um sinal de valores com uma história muito original, o estádio não pode ser um estádio de padrão, um estádio a mais. Você tem que ser ... ou seja: o socio do clube sempre gostou do seu estádio, e a prova é que os visitantes, os milhões de turistas que vêm a cada ano em Barcelona, um dos pontos essenciais do ponto de vista é o estádio, por duas razões: uma, pelo simbolismo do que este Estádio emite, onde os melhores ou quase todos os melhores jogadores jogaram na história do futebol; e outra pela a beleza do estádio. Por isso, é um estádio diferente, nós nem sequer pedimos para que sejo o estádio mais feio [sic] do mundo, mas, para ser u m estádio, que tem, para respirar, para explicar a identidade do clube e por isso que é tão importante ... Quero dizer , nós vivemos em uma cidade, de Barcelona, no Mediterrâneo, precisa ser um estádio aberto. Nós não queremos ser mais um "não sei o que Arena" outra das muitas que existem na Europa, ou como você bem explica no Brasil ou na América. Queremos que seja um estádio diferente, queremos que as pessoas quando venham para o Camp Nou digam: "esse é o estádio de Barça, que tem essa singularidade!" e bom, isto às vezes pode ser um problema, porque não é fácil encontrar o ajuste entre a modernização e usos que são referidos no século 21, e essas essências tão identitárias. Mas acredito que é isso que o sócio quer, o torcedor do Barça. O que com certeza ele não quer é um pedaço de concreto ou cimento construído lá, não! Ele quer que seja um estádio que também simbolize a identidade do Futbol Club Barcelona.".

reflexo da transição do clube de um modelo baseado no trabalho voluntário e sem remuneração de diretivos, ávidos por reconhecimento social, para um modelo corporativo onde a hierarquia no clube, as remunerações financeiras e reconhecimento profissional prevaleceriam (SORIANO, 2010). O motivo direto do conflito, seria incompatibilidade desses diretivos na forma de gerir o clube, sobretudo na parte desportiva (representada por Frank Rijkaard, Txiki Begiristain e Johan Cruyff). Segundo Barco (2015), Rosell queria trazer o brasileiro Luiz Felipe Scolari como técnico, que era rejeitado por uma parte do *barcelonismo*, pois via naquele treinador a defesa de um jogo agressivo e defensivo, contrastivo à outra *tradição* no clube: o modelo de jogo instituído por Cruyff, *bonito* e que exprimia simbologias de *catalanidade*. A partir desse momento parte dos círculos do clube se dividiriam em *laportistas* e *rosellistas* (BARCO, 2015), com Laporta seguindo na presidência.

Já em 2006, por uma decisão da justiça, deveria acontecer uma nova eleição. Mas Joan Laporta seria o único que apresentaria efetivamente a candidatura (o que sugere que não havia forte oposição aos caminhos que tomava o clube), com 8.994 firmas de sócios, e seria proclamado novamente presidente até 2010. A junta gestora que comandou o clube durante o processo eleitoral seria presidia por Xavier Sala Martin.

Por essa época (2006), o clube inaugurava o sofisticado novo centro de treinamentos (abrigaria a "nova" *La Masia*, que seria finalizada em 2011) nas cercanias de Barcelona (em *Sant Joan Despí*), a *Ciutat Esportiva Joan Gamper*:

Figura 21 - Foto aérea Ciutat Esportiva Joan Gamper, e "nova" La Masia

Fonte: Revista Barça (2008).

O futebol da equipe passava, portanto a dispor de um centro de excelência para preparar e formar jogadores de referência global. Estudava, também, adquirir uma franquia para competir na MLS, efetuara acordos com a NFL e havia se convertido também (tal como o *Real Madri*) em uma instituição de "fábrica" e comercialização de conteúdos multimídia numa

perpectiva global, seja na internet (webpages), TVs, vídeo games e em celulares, tendo suas versões de *web* em 7 idiomas: catalão, espanhol, inglês, chinês, japonês, coreano e árabe (GINESTA, 2011). Por essa época, inclusive, o site do clube tinha mais acessos no idioma inglês (44%), do que espanhol (37%) ou catalão (17%) (SORIANO, 2015). Ou seja, o clube havia ascendido ao mercado global de entretenimento para além do setor esportivo e do futebol como evento local[359], e este mesmo era produzido com "matéria prima" cosmopolita (jogadores estrangeiros), embora nesse momento se acentuasse a filosofia de *La Masia* (formar e utilizar jogadores de "casa"). Houve, também, uma ampla reformulação no departamento de marketing, e um trabalho conjunto com a *Nike* para melhor explorar a marca (em associação com a *UNICEF*) resultando, em 2006, na renovação com a multinacional norte-americana pelos valores mais expressivos da indústria (SORIANO, 2010). A *Revista Barça* foi, ainda, revitalizada, promovida como uma publicação o dia das partidas, o diário "*Camp Nou*".

Ainda nessa linha, em 2007 o clube havia criado uma área de comunicação internacional para ser mais proativo em mercados considerados potenciais como os Estados Unidos ou a Ásia (devido à pouca concorrência local, e alto poder aquisitivo), projeto desenvolvido em consonância a remodelagem da sua identidade corporativa/responsabilidade social corporativa (a referida associação com a *UNICEF*) em que também promovia várias escolas de futebol pelo mundo, não só com o objetivo principal de captar novos talentos, mas disseminar os valores do clube e conquistar torcedores, com destaque para ações sociais que visavam a promover a educação em locais carentes, através do desporto e com o apoio de parceiros locais e jogadores do clube (que começariam a apadrinhar os projetos) provenientes de países estrangeiros. Nesse sentido, segundo Ginesta, em 2011 o clube catalão tinha criado uma rede de doze centros *XICS* (Xarxa Internacional de Centres Solidaris) divididos entre Senegal, Mali, Burkina Faso, Marrocos, Equador, Brasil, India, México, Malawi y Catalunha (Santa Coloma de Gramanet e no bairro do Carmel em Barcelona) (GINESTA, 2011). Já as *Memórias do Clube de 2009-10* (2010), afirmavam que o *FC Barcelona* tinha escolas no México (Monterrei, Puebla, Cancún, Chihuahua e León), no Oriente Próximo (Egito, Kuwait, Dubai) em Fukuoka (Japão) e Hong Kong.

No ano de 2007, ainda, o *FC Barcelona* seria um dos impulsionadores da criação do

[359]Segundo Soriano: "Agora, o terreno de jogo já não é exclusivamente as cidades dos grandes clubes europeus, seus sócios e torcedores, mas uma grande massa de adolescentes e torcedores de todas as idades, sem afiliação a times locais, que são compradores potenciais de camisas ou de partidas televisionadas e que se localizam em cidades tão distantes quanto Tóquio, Toronto ou Xangai." (SORIANO, 2010: 23).

ECA (associação dos principais clubes europeus, uma espécie de remodelagem do G14 diluído naquele período pela UEFA), sendo Laporta o vice-presidente da entidade ao lado de Karl Rumenigge (o presidente).

Houve, nesse período, a promoção de uma "moció de censura" a Laporta, a qual votaram 39.389 sócios (33% do total), dos quais 60% a favor, que necessitava de 66,6% para que o presidente fosse demitido. Isto sugere uma inflexão e conformação de uma forte rejeição a sua gestão naquele momento. Alguns episódios provavelmente tenham contribuído para essa impopularidade repentina, ainda em 2005: o crescimento de *rosellistas* entre os *blaugranas*; a denúncia de que o cunhado de Laporta (nomeado por este, para um cargo no clube) era patrono de uma fundação em homenagem a Francisco Franco; uma gafe no aeroporto El Prat, de Barcelona repercutida amplamente, quando o então presidente que não conseguia passar o portão de seguridade e tirou as calças para demonstrar que nada tinha; a campanha pela demissão de Laporta levada a cabo pelo *Grupo Godó* e a queda no rendimento da equipe na temporada 2006-07 que presenciaria inclusive uma derrota no *Camp Nou*, em 2007 para o *Real Madri*. Afirmou-se, nos bastidores, que aquela "moció" era patrocinada por Rosell e Núñez (BARCO, 2015).

Relembrando esse momento, o Sr Termens (2017) destacou a trajetória de Laporta foi demarcada por disputas políticas no interior do seu próprio grupo, o que teria dado uma imagem ruim ao clube. Josep (afirmaria) que posteriormente Laporta seria (inclusive) denunciado pelos seus adversários, mas estes seriam presos. Apesar da continuidade de Joan Laporta a frente do clube, houve a demissão de oito dos seus diretivos (entre eles Ferran Soriano e Evarist Murtra), e Laporta teve de remodelar a sua *Junta* (SANTACANA, 2009). Além disso, houve também uma remodelagem no plantel (que estaria "rachado" e vinha de um rendimento considerado muito ruim na temporada anterior) e no comando da equipe, com a promoção (tida como arriscada) de Pep Guardiola para técnico (com Txiki Begiristain como diretor técnico e Johan Cruyff como assessor), paralelo a saída do brasileiro Ronaldinho (BARCO, 2015)[360]. Haveria uma imagem forte de Guardiola (em uma parceria com Cruyff), de recuperar o jogo "bonito", coletivo e compromissado, que tinha se estabelecido no clube desde o "futebol total" de Rinus Michels (aperfeiçoado depois por Cruyff e pelo próprio Guardiola), e a consideração que

[360]A percepção era de que o grupo estava desmotivado e desunido, e que o modelo de jogo, baseado na centralidade e liberdade de Ronaldinho (e no seu protagonismo decisivo) para atacar e conduzir a bola, enquanto os demais seriam mais "operários", já não funcionava mais, gerando reclamações e acusações de favorecimentos (SORIANO, 2010).

treinador catalão representava as raízes da catalanidade e de *La Masía*, além de conhecer muito bem os "meandros" do clube e as informações detalhadas do declínio daquela equipe. Mais do que isso, Guardiola ficaria notabilizado pelo trabalho intenso em busca das vitórias desde o Barcelona B[361] (com auxílio de *scouters* como Domènec Torrent e Alex Garcia), representando uma nova geração de treinadores, e provocaria uma grande inflexão e inovação na própria história futebol (em termos táticos), demarcado pelo estudo profundo do jogo, pelo uso de novas tecnologias, relatórios detalhados e complexos a partir de sofisticados relatórios de análises de desempenho dos atletas (MUNDO DEPORTIVO, 2013), da performance técnica e tática, à psicológica.

Santacana define 2008-2009 como "La millor temporada de la història"[362] do clube. Nesta temporada, após um início ruim, com várias críticas a Guardiola pelo grupo Godó (BARCO, 2015), o *FC Barcelona* conquistaria todos os campeonatos que disputou (inclusive a final do campeonato mundial interclubes no Japão, título inédito para o clube), vencendo seis títulos, e batendo vários recordes inclusive com uma goleada de 6 a 2 diante do *Real Madri* no estádio do rival, muito lembrada por meus entrevistados. Foi também nessa época que um dos maiores atletas (até aqui) do desporto, que já era ídolo no clube, firmar-se-ia efetivamente como protagonista do clube e do desporto mundial: Lionel Messi (em 2015 ele acumularia 5 prêmios Bola de Ouro, sendo o mais premiado na história, até então).

A maioria dos entrevistados, rememoraria a trajetória de Laporta como muito vencedora, de um jogo bonito e de raízes *cruyffistas* (além da estabilização e crescimento econômico). Um dos maiores motivos de orgulho seria o fato de vários jogadores virem das categorias de base, a *La Masia*. Em 2011, sete dos titulares que conquistaram a *Uefa Champions League* daquele ano (em Wembley) tinham sido formados no clube, muito diferente do que se passava no rival *Real Madri* e outros clubes do mesmo nível. Ao fim de 2009, a equipe também se consolidaria também como a segunda agremiação com a maior receita do mundo (ainda em 2003 não estaria nem na lista das 10), e a política de formação de atletas (ao invés da compra)

[361]Segundo Laporta, em entrevista concedida ao autor, ele teria prometido a Guardiola uma "chance" como treinador, desde a temporada anterior, caso persistisse a trajetória considerada declinante da equipe. Já Soriano (2010), afirma que o próprio Guardiola seria escolhido (cuja outra opção principal seria José Mourinho) em um processo estratégico bem complexo de análise.

[362]O museu do clube consagra o intervalo 2008-2016 como "Os melhores anos da nossa história". Os motivos seriam que esta foi uma época de consolidação mundial (esportiva e financeira), a consolidação de uma identidade do clube (cosmopolita com raízes locais). A consolidação de um estilo de jogo, fincado em *La Masia*, e que consagraria três finalistas de um mesmo clube ao "Bola de Ouro" (FIFA) em 2010, Xavi, Iniesta e o maior ícone mundial: Lionel Messi.

havia contribuído muito para isso[363]. Os sócios superavam 173 mil, e o *FC Barcelona* seria a equipe com mais seguidores no planeta com cerca de 350 milhões de *fans* em 2011 (ELBERSE, 2015). Para Santacana, graças, em grande parte, ao êxito esportivo e a reformulação da imagem da entidade.

Laporta por ele mesmo

Joan Laporta, em suas memórias, estabeleceu um corte no processo de *globalização* do clube, entre a gestão Nùñez e a sua. Assim, destacou o protagonismo da questão identitária, como ruptura, sublinhando uma "recatalanização" do clube em sintonia com mais modernidade, transparência, democracia, globalidade e conquistas:

> El Barça estaba comprometido con el país, con Catalunya, pero esto no fue um obstáculo para que fuera el Barça más internacional y más universal de la historia. Porque abrimos peñas en todo el mundo, realizamos proyectos con nuestra fundación en todo el mundo y había mucha gente que decía que era incompatible, sin embargo nosotros lo hicimos compatible. Somos catalanistas pero no puse obstáculos para que fuera el Barça más global porque el Barça es catalán, pero es también español, es brasileño, es asiático, es americano, es europeo…africano. Em este sentido yo diría que como legado dejamos el mejor Barça de la historia, hasta ese momento, porque se ganaron muchos títulos y hubo una temporada que fue la temporada perfecta en la que ganamos Liga [La Liga], Copa [Copa del Rey], Champions [Champions League] Supercopa de España, la Supercopa de Europa, la Copa del Mundo del clubs…es decir todo lo que un club, un equipo puede ganar em una temporada, en un año lo ganamos todo, hasta un 2 a 6 en el Bernabéu [*Real Madri* 2 x 6 *FC Barcelona*] (LAPORTA, 2017)[364].
>
> …fíjate tu: el hecho de ser catalán no nos limitó económicamente porque conseguimos los mejores contratos del mercado diciendo que era un club catalán de fútbol y poniendo la bandera de Catalunya en la camiseta. Me entiendes? si uno explica el proyecto con entusiasmo, lo lleva a la Gloria, que esto fue lo que nos pasó, gracias a los jugadores que tuvimos, cualquier operación económica sale bien!
> (LAPORTA, 2017)[365].

---

[363]Obviamente que o *FC Barcelona* permaneceu como um clube comprador de atletas destacados, mas em menor medida que os seus concorrentes.

[364]"O Barça estava comprometido com o país, com a Catalunha, mas isso não era um obstáculo para o Barça ser o mais internacional e mais universal da história. Porque abrimos penyes em todo o mundo, realizamos projetos com nossa fundação em todo o mundo e houve muitas pessoas que disseram que era incompatível, mas o tornamos compatível. Somos catalães, mas não coloquei obstáculos no caminho do Barça ser mais global porque o Barça era catalão, porque é também espanhol, é brasileiro, é asiático, é americano, é europeu ... é africano. Nesse sentido, eu diria que, como legado, deixamos o melhor Barça da história, até esse momento, que se ganhou muitos títulos e houve uma temporada que foi a temporada perfeita em que vencemos a Liga [La Liga], a Copa do Rei. , Champions [Champions League] Supercopa da Espanha, a Supercopa da Europa, a Copa do Mundo de clubes ... ou seja, tudo o que um clube, uma equipe pode ganhar em uma temporada, em um ano ganhamos tudo, até 2 a 6 no Bernabéu [Real Madri 2 x 6 FC Barcelona].".

[365]"... olhe só: o fato de ser catalão não nos limitou financeiramente porque conseguimos os melhores contratos do mercado dizendo que era um clube de futebol catalão e colocando a bandeira catalã na camisa. Me entende? se alguém explica o projeto com entusiasmo, isso o leva a Gloria, e foi isso que aconteceu conosco, graças aos jogadores que tivemos, qualquer operação econômica vai bem!".

Para Joan Laporta, na verdade, vincular o clube a *catalanidade* tratava-se se respeitar as raízes da própria história do clube:

> …el Barça siempre ha estado…ha latido al ritmo que ha latido el país, me refiero a Catalunya. El Barça apoyó los movimientos de principios del siglo XX, que llevaran a la Mancomunidad catalana. El Barça estuvo al lado de los catalanes que pedían más derechos para Catalunya. Después con la llegada de la democracia, el Barça también se vinculó al Estatuto de Catalunya dando su apoyo. El Barça tiene mucha fuerza social en Catalunya, y por lo tanto el deporte es cultura, el deporte es política y el deporte no se puede disociar de esto: ocurre en todos los países del mundo, em cada país del mundo. Cada club tiene su cultura, pertenece a una comunidad y el club debe de alguna manera vincularse a su comunidad para que ésta se sienta orgullosa del Club. Conmigo de presidente, el club se vinculó ya desde el principio a la comunidad y dimos apoyo al Estatuto de Catalunya que salió [error] de Catalunya y que luego fue recortado por Tribunal constitucional Espanyol (LAPORTA, 2017)[366].

Estas memórias do ex-presidente parecem partir (sobretudo) de uma situação chave que é o fim da década de 1990, momento em que o *Elefant Blau* ascende como plataforma de oposição contra Nùñez. É importante destacar que, na ocasião em que essa entrevista foi realizada, Laporta continuava participando dos círculos do clube, quando este tinha como presidente Josep Maria Bartomeu, reeleito em 2014 após assumir o lugar de Sandro Rosell i Feliu (que inicialmente tinha feito parte da gestão de Laporta em 2003). Rosell havia apresentado pedido de demissão em 2014, dando lugar ao seu vice, Bartomeu, devido a uma série de acusações de mercantilização do clube e corrupção, entre elas envolvendo a contratação do atacante brasileiro Neymar. Rosell e Bartomeu eram adversários políticos de Laporta, o qual relacionou em vários momentos da entrevista, a gestão deles (posterior a sua) como certo retorno ao *núñismo*. Portanto, a "globalização positiva" do clube desde a década de 1980 é memorada pelo ex-presidente como sendo aquele momento houve afastamento do paradigma *núñista* de gestão, e que teria voltado com Rosell e Bartomeu, também chamado de *establishment* por ele: um modelo que não acompanharia a globalização do esporte, um clube atrasado, endividado, que vivia episódios de corrupção, que não ganhava títulos de expressão, e que projetava uma imagem corporativa ruim. Além disso, um clube autoritário, e que enfim, não possuía ligação mais efetiva com os costumeiros valores catalães e democráticos:

---

[366]"... O Barça sempre foi ... pulsou ao ritmo que esteve o país, quero dizer a Catalunha. Barça apoiou os movimentos do início do século XX, o que levou à Mancomunidad Catalã [orgão representativo da Catalunha]. O Barça esteva ao lado dos catalães, quando pediram mais direitos para a Catalunha. Depois, com a chegada da democracia, o Barça também foi ligado ao Estatuto da Catalunha dando o seu apoio. O Barça tem muita força social na Catalunha, e portanto esporte é cultura, esporte é política e esporte não pode ser dissociado disso: acontece em todos os países do mundo, em todos os países do mundo. Cada clube tem sua cultura, pertence a uma comunidade e o clube deve, de alguma forma, estar ligado à sua comunidade para que se sinta orgulhoso do clube. Comigo como presidente, o clube já estava ligado à comunidade desde o início e apoiamos o Estatuto da Catalunha, que saiu [error] da Catalunha e que mais tarde foi cortado pelo Tribunal Constitucional espanhol.".

> …y acertamos porque hicimos muy buena campaña [sobre las elecciones de 2003] y creíamos y veníamos con mucha fuerza para ganar las elecciones. El club desde las elecciones de 1978, había ido involucionado en lugar de evolucionar democráticamente. Había involucionado: no nos gustaba. Ganamos esas elecciones e hicimos una pequeña revolución en el club (LAPORTA, 2017) [367]. Pues mire: lo que había era una falta de transparencia en la gestión y falta de cultura democrática. Tener sometido, calculado [error] estratégico de los valores que Barça representa en cuanto su carácter simbólico relacionado con Catalunya y es muy parecido lo que está ocurriendo ahora, con los actuales: es por pertenencia, cobro de comisiones ilegales y blanqueo de dinero (LAPORTA, 2017) [368].

> El Barça hoy ha vuelto a retroceder en cuanto a la imagen institucional que habíamos proyectado, yo creo que muy buena, desde 2003 a 2010 por muchas razones, entre otras, sobre todo por tener a grandes jugadores, de los mejores de la historia del Barça. Siempre ayuda también tener un modelo de club muy definido, el que inventó Johan Cruyff, también el potenciar *La Masia*, que es nuestra fabrica de sueños, de donde obtenemos los jóvenes talentos. La representatividad de un Barça abierto, un Barça de todos, abierto al mundo, plural, manteniendo sus orígenes catalanes. Todo esto proyectaba una imagen del Barça muy buena. Fuimos los pioneros como club del fútbol en responsabilidad social corporativa a través de nuestra Fundación y conseguimos una alianza global con *UNICEF* en diversas partes de mundo. Esto nos daba muy buena imagen, era un Barça moderno, era un Barça alegre, era un Barça que enamoraba, era un Barça reconocido, admirado y querido ahora ha vuelto a retroceder sí, con estos sinvergüenzas que han secuestrado el club (LAPORTA, 2017)[369].

O "modelo de jogo" implementado (e o seu desenvolvimento em *La masia*, centro formativo das categorias de base do clube) por Cruyff, que ascendeu como técnico do clube na gestão Núñez, é destacado como referência importante no processo de *globalização*. Neste caso, Cruyff é destacado como anterior ao *núñismo*, e também motivo de crítica e diferenciação da sua própria gestão, vez que Joan Laporta e a *Elefant Blau*, teriam surgido também em favor de uma permanência de Cruyff para um planejamento do clube:

> …estaba Núñez y echó a Cruyff con muy malas artes… Nosotros, un grupo de personas, reaccionamos, nos pusimos en contra de ese presidente que había hecho de algo bueno, un acto de maldad por la envidia que tenía y por el miedo de la influencia

---

[367]"... e nós acertamos porque fizemos uma campanha muito boa [sobre as eleições de 2003] e nós acreditamos e chegamos com grande força para ganhar as eleições. O clube, desde as eleições de 1978, tinha "involuído" em vez de evoluir democraticamente. Ele tinha "involucionado": nós não gostávamos disso. Nós ganhamos essas eleições e fizemos uma pequena revolução no clube.".

[368]"Bem, olhe: o que houve foi falta de transparência na administração e falta de cultura democrática. Ter valores estratégicos calculados submetidos ao que o Barça representa em termos de seu caráter simbólico relacionados à Catalunha e é muito parecido com o que está acontecendo agora, com a gestão atual: é por formação de um círculo fechado, cobro de propinas e lavagem de dinheiro.".

[369]"Barça hoje, mais uma vez, retrocedeu um passo em termos de imagem institucional que havíamos projetado, esta eu acredito que era muito boa, projetada entre 2003 a 2010, por muitas razões, entre outras, especialmente pelos grandes jogadores, os melhores na história do Barça. Sempre ajuda, também, a ter um modelo de clube bem definido, que inventou Johan Cruyff, também em impulsionar La Masia, que é a nossa fábrica de sonhos, onde conseguimos jovens talentos. A representatividade de um Barça aberto, um Barça de todos, aberto ao mundo, plural, mantendo suas origens catalãs. Tudo isso projetou uma imagem muito boa do Barça. Fomos os pioneiros como um clube de futebol em responsabilidade social corporativa através da nossa Fundação e conseguimos uma aliança global com a UNICEF em várias partes do mundo. Isso nos deu muito boa imagem, que era um clube moderno, era um Barca alegre, era um Barca que apaixonava, era um clube reconhecido, admirado e amado, mas agora voltou a retroceder sim, com esses patifes que sequestraram o clube.".

> que podía tener Johan Cruyff en los socios y ahí, justo antes de uma elecciones, prácticamente lo echó y hicimos entonces una, una… un grupo que se llamaba "elefant blau" que presentamos un voto de censura contra el presidente de entonces y ahí, pues, nos erigimos como un, un…una plataforma de oposición a uma forma de gobernar el club, que nosotros no compartíamos. Que era la del Sr. Núñez y de los suyos (LAPORTA, 2017)[370].

> …encontramos un club desestruturado socialmente y una fractura social importante tras lo sucedido entre Joan Cruyff y Núñez, cruffistas y núñistas (LAPORTA, 2017)[371].

Outro ponto destacado por Laporta, foi a parceria com a *UNICEF*, considerando que agregou-se a imagem do clube um valor importante e estratégico de responsabilidade social, reformulando a mensagem "Més que un Club" de um *catalanismo* local para uma perspectiva global associado a preocupação social para além do futebol em si, e obtendo uma série de benefícios indiretos:

> …nosotros cuando llegamos la situación económica 2003 era muy delicada. El Club estaba muy mal, y tuvimos que pedir a la Asamblea la autorización para publicitar la camiseta pero yo dije que publicitaria por la mejor marca del mercado y por el precio más alto del mercado, y tuvo ofertas…tuvo ofertas. Yo no quería ser el presidente que ponía una marca comercial, el primero en la historia. Creía que teníamos que ser más imaginativos y ahí, como nosotros nos creíamos de verdad que el Barça es ´Más que un club´ que no se trata sólo de un slogan, que es toda uma declaración de principios y buscamos la manera de demostrarlo. Quería encontrar la solución para mi casi perfecta, entiendes ? Y aunque la perfección no existe, tu tiendes a la perfección, igual que tiendes a la felicidad. Pero buscábamos la excelencia en esto. No era un tema institucional, era un tema de sentimiento. Era um tema de como transmitíamos el sentimiento del Barça al mundo no ? Y se me ocurrió que con *UNICEF*, el Barça tiene futuro. El Barça tiene futuro si se vincula a los niños. Nuestra decisión fue un poco la consecuencia lógica de nuestra reflexión (LAPORTA, 2017)[372].

---

[370]"... Nunez estava lá e dispensou o Cruyff com manobras desprezíveis... Nós, um grupo de pessoas, reagimos, éramos contra aquele presidente que tinha feito de algo bom, um ato de maldade por causa da inveja que ele tinha e por causa do medo de influência que Johan Cruyff poderia ter sobre os sócios e aí, um pouco antes de uma eleição, praticamente o expulsou e então fizemos um, um ... um grupo chamado "elefant blau" que apresento um voto de censura contra o presidente, então nos colocamos como uma plataforma de oposição a uma maneira de governar o clube, que não compartilhávamos. Que era a do Sr. Núñez e do seu grupo.".

[371]".... encontramos um clube socialmente desestruturado e uma importante fratura social depois do que aconteceu entre Joan Cruyff e Núñez, entre cruffistas e núñistas.".

[372]"... quando chegamos, a situação econômica em 2003 era muito delicada. O clube estava muito mal, e tivemos que pedir a Assembléia a autorização para publicitar na camisa, mas eu disse que seria a melhor marca do mercado, e pelo mais elevado, e tive ofertas ... tive ofertas. Eu não queria ser o presidente que colocou uma marca, a primeira na história. Pensei que tínhamos que ser mais imaginativos ali, e como nós realmente acreditávamos mesmo que o clube é "Mais do que um Clube', que não era apenas um slogan, que era toda uma declaração de princípios, então buscamos formas para provar isso. Eu queria encontrar a solução quase perfeita, entende? E embora a perfeição não exista, você tende à perfeição, assim como você tende à felicidade. Mas estávamos procurando por excelência nisso. Não era uma questão institucional, era uma questão de sentimento. Era uma questão de como transmitíamos a sensação do Barça para o mundo, não? E me ocorreu que, com o Unicef, o Barça tinha futuro. O Barça tem futuro se estiver ligado às crianças. Nossa decisão foi um pouco a consequência lógica dessa reflexão.".

Sandro Rosell: ruptura, mas continuidade...

Em 2010, ainda, o clube realizaria novas eleições, e Sandro Rosell (anterior aliado de Laporta, que tinha saído por discordâncias no decorrer da sua gestão) seria eleito com o slogan "Tots som el Barça" ("Todos somos o Barça"). Rosell teria obtido 35.021 votos (61,35%), a mais alta cifra de votos até então, superando a Agustí Benedito (8.044), Marc Ingla (7.014), e Jaume Ferrer (6.168). Cerca de 57 mil sócios votaram, num universo de 160 mil, em que quase 120 mil tinha direito a votar. Rosell apesar de colocar-se como adversário de Laporta, e buscar promover uma imagem mais profissional e mais ligada ao futebol globalizado, era de certa forma uma continuidade do projeto iniciado por Laporta, em 2003 (SANTACANA, 2017).

Rosell havia jogado futebol profissionalmente quando mais jovem (época em que conheceu Laporta), e era filho de um ex-diretivo (Jaume Rosell) destacado do clube, o qual era também um empresário bem estabelecido entre a elite catalã, que ajudara a formar a *Convergéncia Democràtica de Catalunya*, junto com Jordi Pujol em 1974. A partir dessa herança, ele conseguiria reunir, assim, forte suporte do chamado *establishment* catalão: apoio da *CiU*, e também do *Grupo Godó*, o que seria fundamental para sua vitória (BARCO, 2015). Por outro lado, ele se associaria ao *catalanismo* de forma mais velada, mas permitiria reivindicações de independentismo, a partir do clube (efervescentes, a partir daquele momento). Barco (2015) afirma que Rosell tinha uma imagem forte associada ao futebol de Ronaldinho, e à maior possibilidade de contratações de astros. Nas memórias de 2009-2010 do clube, Rosell declararia "Valores como la transparencia, la honestidad, la profesionalidad y el trabajo en equipo ya definen esta nueva etapa" (MEMÓRIAS DO CLUBE DE 2009-10, 2010), mas Barco (2015) afirmaria que sua gestão poderia ser demarcada pela busca de desprestigiar o período Laporta, e ideia de construir um novo estádio. Nessa perspectiva, figura sintomática sua resposta a Revista Barça (2010) quando perguntado como encontrara o clube: "Un club no muy diferente al que nos esperábamos. Desgraciadamente, la excelencia deportiva no ha ido acompañada de la excelencia social y de gestión." (REVISTA BARÇA, 2010: 35).

Nas suas memórias (2017) o professor Carles Santacana destacaria que a gestão Laporta terminaria de forma conturbada:

> …la percepción era de que había un rompimiento, digamos ¿no? es decir que, de alguna manera Rosell si justificaba porque rompía con la etapa Laporta ¿no? Sobretodo porqué en los últimos meses Laporta, pues, tuvo muchas polémicas y tal o sea…no por cuestiones de fondo del mandato, sino por cuestiones…digamos irregularidades como espiar a directivos, es decir, Laporta tuvo una fase final que no la supo llevar bien en parte, el otro día hablaba con uno de los que fue directivos con

> él, porque no se quería ir. Pero había una limitación de mandatos, entonces el problema fue que no encontraba a ninguno de su propio equipo para sucederle (SANTACANA, 2017)[373].

No ano de 2010, o clube reformularia novamente sua *identidade corporativa*, mas seguindo mais ou menos a linha implementada por Laporta desde 2003. Passou-se a construir a imagem do clube seguindo a ideia de um "teatro" esportivo de repercussão global enfatizando o "jogo bonito" e marcante, a proximidade com os *fans*, os valores sociais e a origem do jogo em *La Masia*: a proposta do clube seguia em mais formar jogadores do que comprá-los no mercado. Entretanto, ao invés de se concentrar no mundo inteiro, o clube começaria a se concentrar em mercados consumidores chave dividido em três níveis: primeiro, a China e Estados Unidos formariam os mais importantes. Segundo, o México, Japão e Indonésia, e por terceiro Brasil e Turquia (ELBERSE, 2015). Foi por essa época que o clube intensificou, também, a estratégia de criar escolinhas de futebol nos cinco continentes do mundo (mas também na Catalunha), reunindo a filosofia barcelonista idealizada em *La Masia* mas associada a parceiros locais e/ou jogadores do clube com *fundações sociais* (como a Fundação Eto´o). Em 2019 contabilizavam 49 escolinhas desse tipo pelo mundo, que atendiam crianças e jovens de 6 a 19 anos, perfazendo um total de cerca de 45 mil jogadores (EL PERIODICO, 2019).

Nas memórias do clube de 2009-2010, há a referência de que o clube recebia o patrocínio e lançamento de jogos de vídeo-game, através de empresas líderes no mercado mundial (Konami e EA Sports) com dois ídolos como garotos-propaganda (Messi e Xavi). Além disso, o clube teria ainda lançado o programa *Barça Fans*, que permitia qualquer torcedor no mundo se cadastrar no site do clube e receber conteúdos digitais e acesso as redes sociais do clube. A estratégia, nas mídias, seria investir em conteúdos no *Barça TV*, na internet, e nas novas tecnologias de celulares. Finalmente, destacava o multiuso do *Camp Nou* tendo realizado 172 eventos naquele ano; um acordo do clube com a NBA (os *Los Angeles Lakers* jogariam na quadra de basquete do clube, naquele ano); uma ampla reforma do museu e a remodelação de *La Masia*, já deslocada para o espaço do novo Centro de Treinamentos do Clube, nas cercanias de Barcelona. Entre os patrocinadores contabilizados nas memórias 2009-10, figuravam marcas como a Nike, Audi, La Caixa, TV3, Estrella Damm e a Turkish Airlines, entre outros colaboradores e patrocinadores menores (MEMÓRIAS DO CLUBE DE 2009-10, 2010). O *FC*

[373]"... a percepção foi de que houve uma ruptura. Ou seja, de alguma forma Rosell se justificava porque rompia com a etapa Laporta. Especialmente porque nos últimos meses Laporta teve muitas controvérsias e etal, ou seja ... não por questões de fundo do mandato, mas por questões ... digamos irregularidades como espionagem de diretivos, isto é, Laporta teve uma fase final que ele não soube levar muito bem... outro dia eu estava conversando com um dos diretivos que estava com ele, e ele não queria ir embora. Mas havia uma limitação de mandatos, então o problema era que ele não encontrou nenhum de sua própria equipe para sucedê-lo.".

Barcelona tinha então uma estrutura física e virtual muito bem *conectada* e protagonista no futebol global.

Um pouco mais sobre a filosofia *La Masia*

Perarnau (2011) afirma que a filosofia de *La Masia* seria construída ao longo dos anos, e nessa trajetória três nomes seriam fundamentais: Laurentino Ruiz (década de 1970, que plantou um modelo), Johan Cruyff (a partir de 1988, que efetivamente consolidou uma ideia) e Pep Guardiola (que desde 2008 sofisticara e otimizara o modelo). Outros nomes, entretanto, seriam também muito comprometidos com a ideia e importantes na evolução da filosofia *La Masia*: Louis Van Gaal, Carles Rexach e Frank Rijkaard, além de Oriol Tort o coordenador de futebol da instituição durante 19 anos (1980-1999), e que participou diretamente da revelação de alguns atletas consagrados pelo clube, no período.

Em 2010/2011 as categorias de base do clube possuiriam 252 futebolistas, cuja idade seria entre 7 anos até 26 (formando um total de 15 equipes entre o time *prebenjamim* e o *Barça b*)[374]. Por essa época, *La Masia* faria uma seleção anual de 50 jogadores (incluindo todas as categorias), que partiam de um universo de análise que englobava inicialmente 10 mil atletas, e troca de informação entre múltiplas análises (para um mesmo jogador) cadastradas em um amplo banco de dados do clube[375] (PERARNAU, 2011). Para tal, o FC Barcelona teria uma rede de olheiros (7 na Catalunha e 14 fora do Estado espanhol) que acompanharia 26 ligas estrangeiras, mais a liga espanhola (e mais a atração que a própria marca *La Masia* fazia, por si mesma para atrair novos atletas). Apesar da abrangência global, o clube intensificaria a procura de atletas em três raios de atuação (Catalunha, Espanha e Mundo), mas com mais força (e dando aí preferência aos jogadores mais novos) na Catalunha[376] (depois Espanha e mundo,

[374]Nessa época (2011), o clube teria 28 treinadores da base (28), que passariam a ter contratos profissionais de jornada inteira, com a gestão Rosell. Além deles, a estrutura comportaria também três coordenadores, quatro técnicos especialistas em goleiros (80 moravam em *La Masia*, e outros - mais velhos - em apartamentos em Barcelona) (PERARNAU, 2011).

[375]As estatísticas diriam que apenas 5 deles vestiriam a camisa da equipe principal, (e só um seria titular indiscutível), além da chance ser extremamente baixa de serem revelados atacantes (PERARNAU, 2011).

[376]Barcelona seria um polo de formação de atletas: por exemplo, em clubes de referência como da cervejaria Damm, Espanyol, San Gabriel, Gramenet, Cornellá. Haveria, assim, muita disputa entre os clubes na caça de jovens promessas, mas também especialização. Por outro lado, o FC Barcelona também passaria a ver mais potencial em investir em atletas jovens, de origens africanas. Isto porque as novas gerações catalãs de jogadores, estariam se tornando mais sedentárias em relação às do continente africano, não desenvolvendo tanto as habilidades motoras. Nessa perspectiva uma reportagem na Revista Barça, em 2008 afirmaria: "'Antes un niño se podía pasar ocho o diez horas jugando en la calle, ahora lo hacen con los videojuegos. Por eso, hace tiempo que digo que África es el futuro, porque allí a los jóvenes los sobra espacio para correr y jugar´, argumenta Laureano. Esta apuesta la comparten por los responsables del fútbol base azulgrana. De hecho, en los equipos de la cantera del club hace años que juegan chicos de origen africano procedentes de familias que abandonan sus países de origen para buscar trabajo en el continente europeo." (REVISTA BARÇA, 2008: 29).

respectivamente). Em 2011, 40% dos garotos que residiam em *La Masia* eram estrangeiros (de variadas procedências)[377]. Das categorias menores, até as mais avançadas, o perfil era uma grande circulação de jogadores (novas incorporações e frequentes saídas), de modo que historicamente poucos foram os jogadores profissionais que percorreram todas as etapas de *La Masia*. Isto também provocaria ciclos duros afetivament,e de despedidas entre gerações de jogadores, muitos deles que geralmente já estavam longe das famílias, acostumados em um ambiente extremamente competitivo, de extenuantes rotinas de treinamentos (e da cultura do esforço) preparados (e cobrados) para triunfar sempre, além de aprender a lidar com a pressão emocional, desde a sua entrada em *La Masia*.

Entretanto, historicamente (em 2011), as estatísticas lhes diriam que apenas cerca de 10% dos jogadores de *La Masia* chegaram a vestir a camisa da 1ª equipe, e que isto também não significou terem permanecido no time. Outros 10% jogaram na 1ª divisão de alguma equipe espanhola ou europeia, e 35% deles na 2ª divisão. Outros 45%, jogaram em categorias inferiores, ou abandonaram o futebol em favor de outra profissão. Dentro desse ambiente, o triunfo de um "canterano" fora sempre celebrado como prêmio por todos aqueles conformavam o universo de *La Masia*[378]. Segundo Perarnau:

> El Barça es una idea de juego, un modelo metodológico y una institución levantada sobre piedra y valores formativos. Ideas, métodos, piedras, valores y personas. Una infraestructura social que permite formar moral, intelectual y deportivamente a jóvenes en busca de la felicidad, dispuestos a invertir el 100% de ellos mismos en este proyecto. *La Masia*, ciudad blaugrana, con sus habitantes y su idioma. Marco referencial de una sociedad culé que, en los últimos treinta años, ha albergado en esa residencia a 514 jóvenes, 458 de ellos españoles (217 catalanes y 241 del resto de España) y 56 extranjeros. El balance provisional nos dice que exactamente 60 de ellos cumplieron sus sueños, disputando partidos oficiales con el primero equipo, algo más del 11% (contabilizando amistosos, el porcentaje alcanza el 14%)[379].

---

[377]Entre os 51 estrangeiros que *La Masia* havia recebido até 2008, contabilizavam-se (como maioria) 27 africanos e 11 latino americanos.

[378]Entre esses, poderiam ser destacados: Carles Puyol, Andrés Iniesta, Pedro Rodríguez, Gerard Piqué, Xavi Hernández, Leo Messi, Victor Valdés, Víctor Sánchez, Sergio Busquets, Pep Guardiola, Albert Jorquera,, Bojan Krkic, Guillermo Amor, Albert Ferrer, Sergi Barjuan, os irmãos Oscar Garcia Junyent e Genis García Junyent, Ivan De la Peña, Mikel Arteta, Cesc Fabregas, Thiago Alcantara. Entre 1998-2011, o número de atletas formados em *La Masia*, que chegariam a primeira equipe (sem necessariamente jogar partidas oficiais), seriam: 10 (2010/2011), 9 (2009/2010), 9 (2008/2009), 9(2007/2008), 8 (2006/2007), 8 (2005/2006), 9 (2004/2005), 8 (2003/2004), 7 (2002/2003), 6 (2001/2002), 9 (2000/2001), 6 (1999/2000), 8 (1998/1999), 9 (1997/1998) (REVISTA BARÇA, 2011).

[379]"O Barça é uma idéia de jogo, um modelo metodológico e uma instituição construída sobre valores de pedra e formação. Ideias, métodos, pedras, valores e pessoas. Uma infra-estrutura social que permite, moralmente, intelectualmente e desportivamente os jovens buscarem a felicidade, dispostos a investir 100% de si próprios neste projeto. La Masia, a cidade de blaugrana (barcelonistas), com seus habitantes e seu idioma. Marco de referência de uma sociedade de culers que, nos últimos trinta anos, abrigou nessa residência 514 jovens, sendo 458 espanhóis (217 catalães e 241 do resto da Espanha) e 56 estrangeiros. O saldo provisório nos diz que exatamente 60 deles realizaram seus sonhos, disputando jogos oficiais com o primeiro time, pouco mais de 11% (contando amistosos, o percentual chega a 14%).".

Ou seja, *La Masia* constituiu-se como uma estrutura cuja maior parte dos jogadores (cerca de 90%) não atuaram no clube. Quase metade (45%) sequer figurariam no futebol de alto rendimento[380]. Apesar disso, historicamente, o clube também não tinha uma estrutura preparada para vender os jogadores, mas essencialmente para formar e utilizá-los. Por outro lado, ainda, o clube acabou negociando alguns atletas, inclusive envolvendo quantias consideráveis, e para clubes destacados[381].

O que Perarnau destaca (e que também foi enfatizado em algumas das memórias dos meus entrevistados, tal como na própria *Revista Barça* e no Museu do Clube, que dedica uma seção apenas para contar a história de *La Masia* e sua filosofia), era que *La Masia* havia se constituído como um centro de formação integral do jogador em termos de valores intelectuais, morais e desportivos (ou seja, acabaria por representar uma oportunidade de formação, qualquer fosse o resultado). Nesse sentido, teria (inclusive) uma das maiores taxas de atletas com curso superior entre os clubes de ponta na Europa. Dentro dessa perspectiva, valorizava-se jogadores "receptivos", dispostos a aprender e a esforçar-se, respeitosos na convivência social e responsáveis com os mais novos de *La Masia*. Também, que fossem inteligentes e que desportivamente tivessem boa técnica (secundarizando o tamanho ou a força física). Ainda, teria-se a preocupação em preparar (e deixar claro aos atletas, e a família deles) sempre a maior possibilidade de o jogador acabar indo para outro clube, ou mesmo seguir uma outra carreira fora do esporte. Essa preocupação com a "formação integral" do atleta seria inclusive uma estratégia do clube para evitar perdas de jogadores promissores, já que o clube teria como filosofia não pagar somas vultosas para manutenção de atletas destacados. Vale pontuar que um dos maiores problemas enfrentados pelo FC Barcelona, segundo Perarnau (2011), seria o assédio de outras equipes de ponta, aos seus jogadores da base, em particular clubes ingleses. Isto porque na Inglaterra, os clubes segundo a lei do país, não poderiam investir em jogadores para categorias de base que estivessem além de 100 km de raio da sua sede; lá os contratos também seriam firmados desde os 9 anos de idade dos jogadores, além de uma maior preferência em adquirir jogadores semi-prontos.

[380]Porém, até 2011, seria o clube que mais utilizaria atletas formados nas categorias de base entre os clubes de ponta da Espanha (REVISTA BARÇA, 2008).

[381]Como Marc Bartra adquirido pelo Borussia Dortmund, por € 8 milhões em 2016; Adama Trauré ao Aston Villa em 2014 (€ 10 milhões); Thiago Alcântara negociado junto ao Bayern de Munique em 2013 (€ 25 milhões); Bojan Krkic, que custou € 12 milhões ao Roma em 2011, mesmo ano em que Oriol Romeu (2011) foi para o Chelsea por € 5 milhões. Giovani dos Santos, comprado (2008) pelo Tottenham por € 6 milhões, entre outros.

Catalanismo e o *Independentismo* no Barça: a globalização para os locais

O século XXI demarcou para os catalães uma inflexão crescente na direção do independentismo. Por essa época, a *estelada* (bandeira independentista) se tornaria mais comum nas ruas e fachadas de prédios em Barcelona, disseminada no estádio e não mais restrita as gradas. Esse movimento ficou mais claro a partir de 2006-2010 (e teria um recrudescimento ainda maior depois), com o processo/proposta de reforma do *Novo Estatuto de Autonomia* da *Generalitat*, limitada e recortada pelo *Tribunal Espanhol*, momento em que a questão do independentismo já estava muito presente na sociedade catalã (SANTACANA, 2017).

García Luque (2017) acreditava que a vinculação do clube com a região/política teria permanecido forte em um núcleo social na região sede do clube (espaço que os valores *tradicionais* associados ao caldo cultural local, aos mitos e rituais do clube seguiriam passando de pais para filhos), o que tornava sempre disponível para aqueles torcedores mais "distantes" vir a conhecer os seus valores e a própria origem do mote "Més que un Club".

Jordi Finestres (2017) afirmou que o fato da Catalunha não ter se constituído num Estado, talvez tornasse a relação *FC Barcelona-Catalanismo* mais notória e ainda tão presente. Neste aspecto, o jornalista Xavier García Luque (2017) ressaltou que entre os *barcelonistas* (catalães e espanhóis) poderiam ser encontradas pessoas de esquerda e de direita, e mesmo espanholistas ou catalanistas. Entretanto, a relação entre *FC Barcelona* e *catalanismo* permaneceria forte como expressão no estádio, e para além da heterogeneidade da sua massa social, o simbolismo do clube como ícone da *catalanidade* também permaneceria forte. García Luque (2017) também destacou que a bandeira da Espanha habitualmente não apareceria (e continuaria não aparecendo) no *Camp Nou*.

Mari (2017) também afirmou que o *catalanismo barcelonista* poderia ser de esquerda ou direita, e que permanecia sendo o contraponto ao centralismo e *status quo* simbolizado por Madrid e o *Real Madri*. Para ela, o momento vitorioso de 2008-2009 do clube teria (inclusive) proporcionado a melhora da estima dos catalães na luta pela independência após o recorte do *Novo Estatuto de Autonomia* pelo *Tribunal Espanhol*. Nessa linha também, um dos representantes da *Curva RCDE* (*Espanyol*) afirmou que percebia uma associação forte entre torcer pelo *FC Barcelona* e ser independentista, embora (para ele) entre as novas gerações a relação *FC Barcelona* e Catalunha (não necessariamente independentista) paradoxalmente estava se enfraquecendo.

O Sr. Ramón Termens (2017) afirmou que o simbolismo do *FC Barcelona* ligada a

democracia, liberdade e a Catalunha, teria diminuído ao longo dos anos, pois com a redemocratização da Espanha, um *catalanismo-barcelonista* mais proeminente já não tinha apelo reivindicatório em termos de liberdade como teria em tempos de franquismo (quando o simples ato de exibir uma *senyera* era algo classificado como crime), ou mesmo logo após o franquismo. Segundo Termens, as novas gerações também já não se identificavam tanto com esse simbolismo, como a sua geração se identificava. Entretanto, Terméns também destacou que nos anos recentes, com o crescimento da questão independentista na Catalunha, houve uma nova inflexão e reforço do sentimento de *catalanidade*/liberdade no clube em dados momentos.

Para Josep (2017), na Catalunha predominaria um perfil torcedor muito identificado com o clube e a região. Segundo ele, a ligação dos *barcelonistas* com a Catalunha, de forma geral, permaneceu forte na Catalunha, mesmo entre as novas gerações, e na sua visão, se por um acaso a Catalunha se tornasse independente provavelmente o sentimento *barcelonista* diminuísse na Catalunha. Josep afirmaria, também, que não permaneceu uma forte rivalidade dos *barcelonistas* com *Espanyol*, que o que talvez tenha permanecido fora um incômodo por parte dos *barcelonistas* e por isso talvez muita gente *blaugrana* (torcedores do *FC Barcelona*) apoiaria *Espanyol* em uma eventual final nacional/Europeia do clube, por "simpatia" à catalanidade. Na imprensa, segundo ele, certamente os periódicos catalães (como o *Mundo Deportivo*) apoiariam o clube *perico* em uma final, mas jamais apoiaria (pelo contrário) o *Real Madri* em nome de um espanholismo, por exemplo. Sobre a relação catalanidade/espanholismo, Josep disse que houve muitas pessoas que comemoraram a conquista Copa do Mundo pela seleção espanhola na Catalunha em 2010 (cuja base de jogadores era do FC Barcelona), mas que uma boa parte ficou indiferente (uns 30 %) e uma parte não comemorou por temer um surto de espanholismo (uns 15%). Josep disse que não apoiou a seleção espanhola porque não se permitia também a existência de uma seleção catalã. Por outro lado, afirmou que se o Barcelona enfrentasse uma final europeia, certamente não teria a torcida dos madridistas como um clube espanhol, entretanto a imprensa de Madrid seria "politicamente correta" neste caso, não fomentando ou destacando uma contrariedade ao clube da Catalunha. Essa, aliás, foi uma questão que o professor Solé também abordou, afirmando que o *FC Barcelona* quando ganha seria apresentado como um clube espanhol, e quando perde seria apresentado como um clube catalão, pela imprensa de Madrid.

Se parece claro que o *catalanismo* permaneceu associado ao *FC Barcelona* localmente, na Espanha, no mínimo as questões políticas permaneceram um tema protagonista no cotidiano das pessoas (questão em que estão implicitamente associados os clubes), de forma que a ligação

mais duradoura entre Barcelona/aficionados de fora da Catalunha permaneceu sempre como opção presente plasmado dentro das associação/identificação política e futebol (e há casos em que essa associação é rechaçada, mas isso não significa uma ligação mais efêmera com o clube, pois houve outra forma de *intensa* ligação entre torcedores não locais e o clube, conforme já destacamos).

A heterogeneidade envolvendo torcedores mais ou menos afinados com o simbolismo político do *FC Barcelona*, dentro e fora da Catalunha e da Espanha, segundo García Luque, seria também objeto de preocupação para os diretivos que precisariam ter sensibilidade para conduzir a imagem do clube durante a globalização. Porém, o vetor político como determinante do torcer pelo *FC Barcelona* (ou não) seria uma questão complexa, embora o citado simbolismo político de nacionalidade catalã do clube dentro da Espanha certamente se manteve forte em meio a globalização:

> Saber si se aficiona a un o al otro por a través de la vía política yo no me atrevo a opinar ahí, no lo sé…pero que están marcados histórica y actualmente por cuestiones políticas en España por la visión que tienen los españoles de estos dos clubs [*Real Madri* e *FC Barcelona*] yo creo que sí, que es cierto, que los has sido [error] es innegable que lo sigue siendo, yo creo que todavía lo sigue siendo […] hay ideólogos del barcelonismo han resumido a veces una cosa como que dice que el Barça es el "Ejército no armado de Catalunya". Catalunya como país que no es independiente y no tiene ejército, y la sustitución de este ejército que le gana as batallas cuando las gana, o las pierde cuando las pierde es el Barça. Es el "Ejército no armado de Catalunya". Claro si un club llega adquirir esa representación tan brutal… primero es un peso sobre el propio club, eso de entrada, pero te marca de una manera muy fuerte si eres consciente de que el Barça representa esto, como te decía globalmente hay mucha gente que no lo es pero en la España sí que lo es. Y el Barça representa esto y lo sigue representando y el Barça [error] momentos de la vida social cuando viaja a jugar a la Liga Española los mas hooligans si lo insultan, lo insultan por su catalanidad, si lo acusan de catalán, o lo insultan como "perros catalanes" estas cosas ¿no? Eso pasaba ya en después de la guerra en franquismo [error] por la gran imagen de catalanidad que tuvo el reducto de Barcelona en la guerra, como ultima o penúltima gran capital que fue conquistada pelo franquismo etc. Y eso pasaba ya en esa época y siegue pasando hoy. O sea, fuera si lo ve como club que representa Catalunya entonces que lo represente o no represente es igual. El hecho es que la imagen se lleva en la en cima no la va perder y ni creo que la quiera perder tampoco (GARCÍA LUQUE: 2017)[382].

[382]"Saber se torce por um ou a outro, a partir dos meios políticos não me atrevo a dizer não, eu não sei ... mas eles estão de forma histórica e atualmente marcados por questões políticas na Espanha, pela visão que tem os espanhóis destes dois clubes [real Madri e Barcelona FC] Eu acho que sim, é verdade, que foi [error] é inegável que permanece, eu acho que ainda está sendo [...] existem ideólogos do barcelonismo que resumiram, às vezes, algo que diz que o Barça é o "Exército não armado da Catalunha". A Catalunha como um país que não é independente e não tem exército, e no lugar deste exército, vencendo batalhas quando vence, ou perde quando o Barça perde. É o "Exército não armado da Catalunha". Claro, se um clube chega a adquirir tal representação tão destacada ... primeiro é um peso sobre o clube, isso de entrada, mas marca de uma maneira muito forte se você está ciente de que representa isso, como eu te dizia globalmente existem muitas pessoas não são, mas na Espanha, sim é. E o Barça representa isso e continua a representar, e o Barça nos momentos da sua vida social quando viaja para jogar a Liga espanhola os mais hooligans sim o insultam, o insultam por sua catalanidade, ou insultam como "cachorros catalães" essas coisas, certo? Isso já acontecia no pós-guerra, no franquismo em, pela grande imagem da

O memorialista Jordi Finestres destacou que a disseminação da causa independentista na Catalunha repercutiu de forma ampla nos círculos torcedores do clube também. Na Catalunha, e mesmo na Espanha, segundo Finestres, a associação entre o clube e a região permaneceria forte ao longo do período. Por outro lado, a *globalização* do clube teria incorporado torcedores mais efêmeros e transformado também o papel das suas *penyes*, grupos que seriam antigamente mais coesos, reunidos frequentemente para assistir partidas juntos pelas TVs ou viajar para ver a equipe, motivos que teriam diminuído sua capacidade de integração ao longo dos anos.

Destacando o papel da catalanidade como símbolo do *barcelonismo*, o *grada* Josep destacou que esse simbolismo passou a se consagrar em meio a uma heterogeneidade sócio-identitária da massa social do *FC Barcelona* dentro e fora da Catalunha:

> ...hay [incluso] aficionados del Barça que son...que les gustaría que volviera Franco [risos], porque Barça es tan grande que hay de todo, hay de todo...hay que entender digamos la mayoría, más hay de todo: desde locos y asesinos, hasta curas… [error] hay de todo! Entonces aquí, evidentemente Catalunya, quien se hace del Barça sabe mucho más porque entiende y vive la situación política y tal. Y fuera de Catalunya sí que también lo saben, pero evidentemente este sentimiento ya no es lo mismo porque si yo estoy viviendo en Sevilla, pues a mí el sentimiento catalanista pues no lo tendré dentro de mí porque vivo en Andalucía ¿entiendes? Sí que verás siempre con más simpatía Catalunya porque es del Barça y eso siempre te ayuda ¿no? El Barça siempre va con la *Senyera* [bandeira da Catalunha] y eso ayuda ¿no? Eres como, digamos, más receptivo a entender lo que pasa en Catalunya y los de Madrid pues son mucho más españolistas en general ¿no? Pero yo conozco algún caso aquí, de algún seguidor de aquí de Madrid que es independentista y le digo "que te pasa en la cabeza tío…cuando te hiciste un golpe…como vas ser independentista del Madrid…¿Estas loco tío?" [risos] Pero alguno conozco, que no sé lo que pasó de pequeño, pero bueno. Y yo te digo hay otros del Barça que son…fascistas! Pero el comum denominador es este lo que te comentaba [*barcelonismo* ligado a catalanidade] (JOSEP, 2017)[383].

Josep afirmou que o mesmo não ocorreria com *barcelonistas* fora da Catalunha que,

---

catalanidade que teve o reduto de Barcelona na guerra, como a última ou penúltima grande capital que foi conquistada pelo franquismo, etc. E isso já estava acontecendo naquele época e está acontecendo hoje. Em outras palavras, se fora é visto como um clube que representa a Catalunha, então, se ele representa ou não representa, dá no mesmo. O fato é que a representação existe, e não acredito que queiram perdê-la também.".

[383]"... há mesmo torcedores do Barça que são ... eles gostariam que voltasse Franco [risos], porque o Barça é tão grande que tem de tudo, há de tudo ... mas é preciso entender o que a maioria diz, mas existe de tudo: desde loucos e assassinos, até padres ... tem de tudo! Então, aqui, obviamente, Catalunha, que é pelo Barça sabe muito mais porque ele entende e vive a situação política, e tal. E fora da Catalunha também sabem, mas, obviamente, este sentimento não é o mesmo, porque se eu estou vivendo em Sevilha, pois o sentimento catalanista não vou ter ele dentro de mim, porque eu vivo na Andaluzia sabe? Sim, você sempre verá a Catalunha com mais simpatia, porque se você é do Barça, isso sempre ajuda. O Barça sempre vai com a Senyera e isso ajuda. Seria como, digamos, mais receptivo para entender o que está acontecendo na Catalunha e os do Real Madri, porque eles são muito mais espanhóis em geral. Mas eu sei de um caso, aqui, de um torcedor do Real Madri, que é independentista, e lhe perguntei "o que te passa pela cabeça cara...quando levou uma pancada...como pode ser independentista e ser do Real Madri ... você está louco?" [risos] Mas é alguém que conheço, não sei o que aconteceu com ele quando criança, mas bem. E eu te digo que há outros do Barça que são ... fascistas! Mas o denominador comum é esse que eu comentava para você [barcelonismo ligado à catalanidade].".

embora entendessem a associação, não incorporariam ela tal como fariam os catalães. Neste caso a associação territorial-política não seria fundamental na relação aficionado-clube, mas mesmo assim respeitada. Ele também afirmou que fora da Catalunha (ainda dentro da Espanha) haveria bastante um perfil mais ligado ao clube pela sua notoriedade esportiva e a relação *política/território* seria mais frágil, como (por exemplo) entre *barcelonistas* que moravam em Madri (uma minoria local) os quais dificilmente seriam catalanistas. Em alguns territórios como *Valência* e *Mallorca* (chamados muitas vezes de *países catalães*) a vinculação política com a catalanidade, entre os torcedores, seguiria acontecendo, sobretudo por causa da língua em comum. Nessa linha, é ilustrativo notar que o *penysta* Suso do *FC Barcelona* (da Galícia) destacava o *FC Barcelona* como um clube implicado com causas sociais, mas afirmou que não estabelecia a relação entre política/território para o clube dentro da Espanha, e essa associação não era motivada na sua *penya*:

> No me gusta mezclar la política con el deporte, aunque muchas veces van de la mano. Todos no tenemos la misma opinión y si no tenemos talante de entendernos lleva a generar muchos conflictos. En nuestra peña tenemos la regla de no mezclar una cosa con la otra y nos va ciertamente muy bien, nunca tuvimos ningún problema al respecto, solamente hablamos del Barça (SUSO, 2017)[384].

Suso analisou que acompanhou um forte crescimento do *FC Barcelona*, na Espanha e no mundo, mas que na Galícia os novos torcedores não associavam o clube com questões políticas espanholas. Jacob (*grada* do FC Barcelona, nascido na Catalunha), entretanto, destacou que a disputa *FC Barcelona* x *Real Madri* seguia como uma forte metáfora de enfrentamento político na Espanha.

Memórias gerais sobre a globalização do *FC Barcelona*, em Barcelona

Em Barcelona, a partir das entrevistas realizadas, percebi uma visão em geral de que o futebol negócio representou, efetivamente, rupturas (ainda em curso) e uma elevação do *FC Barcelona* a um nível sem precedentes de protagonismo no mundo esportivo global. Esse protagonismo é visualizado sob diferentes ângulos no interior da própria comunidade clubística (refletindo sua heterogeneidade), e a temática da identidade do clube foi recorrente e objeto de preocupação por conta dessas transformações.

---

[384]"Eu não gosto de misturar política com esportes, embora muitas vezes eles andem de mãos dadas. Todos nós não temos a mesma opinião e, se não tivermos vontade de nos entender, isso gera muitos conflitos. Na nossa peña temos a regra de não misturar uma coisa com a outra e com certeza está indo muito bem, nunca tivemos problema algum sobre isso, só falamos do Barça.".

Nesse sentido, o relato oferecido por Ramón Termens (*syndic das penyes* do clube em 2017) não promoveu um corte entre gestão Laporta e gestões anteriores para falar dessa identidade, e tão pouco associa ela de forma mais consistente com questões políticas. Para ele, o clube conseguiu, de fato, manter uma forte associação com o bairro de *Les Corts* (bairro próximo ao *Camp Nou*, onde o clube construiu o primeiro grande estádio, na década de 1920), com a cidade de Barcelona e com a própria região da Catalunha. Porém, isso teria acontecido mais pelas raízes locais dos aficionados e sócios do clube do que propriamente por questões políticas, já que na sua visão entre os *barcelonistas* (ao longo dessa época) não houve unanimidade sobre a questão da independência, embora houvesse tentativas, de alguns, em associar o clube à política. Para ele, a vontade hegemônica dos sócios *barcelonistas* no futebol globalizado foi a de um *FC Barcelona* independente financeiramente (e com respeito às suas tradições locais), democrático, não se tornando uma agremiação de acionistas, de propriedade de um grande magnata ou simplesmente orientado pela ótica do negócio. Para Termens, o *FC Barcelona* era como uma "árvore", que cresceu sem limites, envolvendo sua massa social, a prática profissional e a poli esportividade, mantendo firme a suas raízes locais:

> El Barça tiene tres raíces geográficas, que una es el barrio de Les Corts, otro es una ciudad que es Barcelona, y otro que es un país que es Catalunya. Y de esto árbol nasce, de estos tres raíces nasce, un árbol que tiene varios troncos: un tronco que es el mundo del futbol, otro tronco es el carácter polideportivo y que puede ser el básquet, que puede ser el hándbol, que puede ser el hockey sobre patines, y que puede tener también creo que son dieciocho secciones no profesionales […] por tanto el Barça no es solamente un club del futbol como el Chelsea, no es un club de futbol como el Milan, o no es un club de futbol como Paris Saint Germain. Barça es un club polideportivo que tiene una sección importante que es el futbol profesional y entonces en el futbol profesional você tiene todo lo que es las grandes ramas, la escuela Barça, *La Masia*, y lo que es el futbol profesional […] *La Masia* es una escuela de futbol de donde hay escogido los mejores jugadores de toda Catalunya y de todo el mundo […] en la parte social del Barça es que Barça, como yo te comenté, uno: yo te hice lo que es el sentimiento barcelonista que son en eso momento 300 millones de seguidores…de seguidores del Barça. Luego hay el conjunto de las *penyes*, que son 160 mil penystas. Luego hay los socios que son 160 mil socios, perdona 150 mil socios. Entonces entre socios que, son penystas, son aproximadamente 20 mil, que allá de ser socios son penystas. De *penyes*, como tú sabes, son ciento, son 1350 aproximadamente, de las cuales hay en Catalunya [error…] Catalunya, España y mundo (TERMENS, 2017)[385].

[385]"O Barça tem três raízes geográficas: um é o bairro de Les Corts, outro é uma cidade que é Barcelona, e outro que é um país que é a Catalunha. Desta árvore nasce, dessas três raízes nasce, uma árvore que tem vários troncos: um tronco que é o mundo do futebol, outro tronco é o caráter esportivo e pode ser basquete, que pode ser o handebol, o que pode ser hóquei sobre atins, e pode ter também eu acho que são dezoito seções não profissionais [...] portanto, o clube não é apenas um clube de futebol como o Chelsea, não é um clube de futebol como o Milan, ou não é um clube de futebol como o Paris Saint Germain. Barcelona é um clube desportivo, que tem uma seção importante, que é o futebol profissional e, então, dentro do futebol profissional existem o que são os grandes ramos: a escola em Barcelona, La Masia, e o que é o futebol profissional [...] La Masia é uma escola de futebol onde são escolhidos os melhores jogadores de toda Catalunha e em todo o mundo [...] na parte social do Barça, como já lhe disse: Eu lhe disse o que o sentimento barcelonista são nesse momento cerca de 300 milhões de seguidores ... de torcedores do Barça. Depois, há o conjunto de penyes, que são 160 mil penystas. Depois, há os sócios que são 160 mil membros, perdão, 150 mil sócios. Então entre parceiros que, são penystas, são aproximadamente 20 mil, que além de serem sócios são penystas. De penyes, como você sabe, há uma centena, há aproximadamente 1350, dos quais existem na Catalunha [error] Catalunha, Espanha e no mundo.".

O *penysta* Suso destacou que ao longo dos anos a relação com o clube melhorou em termos de *conectividade*, já que ele não é proveniente e nem residiu na cidade de Barcelona (Suso morou desde que nasceu na Galícia). É uma leitura que nos parece bem instigante, vez que o nosso enfoque sobre o período foi de inserção do clube na lógica do futebol negócio e de *globalização*, e ele nos trouxe uma percepção de aproximação com o clube, e não de afastamento (como possivelmente poderia se supor):

> Hoy es muy fácil acompañar al club, yo veo casi todos los partidos por tv en la sede de nuestra peña en donde nos juntamos socios y simpatizantes. Por internet el Barça tiene una formidable página web. Se pueden leer también los diarios deportivos por internet y lógicamente en papel impreso. En mi época de adolescente recuerdo ver partidos en blanco y negro, cuando no había tormentas que nos dejaban sin tv varios días, también recuerdo escuchar por la radio alguno de la copa de europa con el consiguiente cabreo porque se marchaba la onda y teníamos que estirar y probar con antenas caseras que eran cables de varios metros de longitud. También recuerdo un jornal tipo revista que se llamaba RB (revista barcelonista) que tardaba un montón de días en llegar al pueblo pero que la leíamos con una ilusión enorme (SUSO, 2017)[386].

Finalmente, o profesor José Maria Solé i Sabaté destacou que o *FC Barcelona* na inserção ao futebol negócio, efetivamente conseguiu se tornar um clube mundial:

> Ha creado la idea de que es un club de fútbol donde cualquiera puede jugar y se pueda sentir y formar parte de entonces esto a nivel internacional tu puedes encontrar seguidores acérrimos en Argentina, en Brasil, en Bolivia, y ahora acabo de llegar de Bolivia y justo en el congreso lo primero que me perguntaron fueron cosas del Barça lo primero después cosas de Catalunya pero a lo primero el Barça "¿que pasa que no fijamos a nadie, que pasa no no?" es una locura es una locura en cualquier parte del mundo es increíble porque se ha producido digamos como una especies de actuación positiva intervencionista con referencia a la historia del Barça o sea no te lo ajen si la opinión publica esta exigiendo de barcelonista a escala mundial esta exigiendo nombres y cosas de eso no bueno esto es, Barcelona es así tienes esa significación digamos que produce como una especie de identificación muy grande por valores deportividade que esto lo Barcelona lo potencia mucho por valores de educación, de formacion muy ligado a los niños, al mundo de los niños (SOLÉ, 2017)[387].

---

[386]"Hoje é muito fácil acompanhar o clube, vejo quase todos os jogos na TV, na sede da nossa peña onde nos juntamos aos socios e simpatizantes. Na Internet, o Barça tem uma página da web formidável. Você também pode ler jornais on-line e logicamente em papel impresso. Na minha adolescência me lembro de assistir aos jogos em preto e branco, quando não havia tempestades que nos deixavam sem TV por vários dias; lembro também de ouvir a rádio da Copa Européia, com a consequente raiva, porque a onda ia e tínhamos que esticar e mexer em antenas caseiras com cabos de vários metros de comprimento. Eu também me lembro de um diário do tipo jornal que se chamava RB (revista Barcelona), que levou muitos dias para chegar à cidade, mas nós a lemos com uma imensa expectativa.".

[387]"Criou-se a ideia de que é um clube de futebol onde qualquer um pode jogar, pode sentir e fazer parte isto em nível internacional, você pode encontrar defensores ferrenhos na Argentina, no Brasil, na Bolívia, e agora acabo de chegar da Bolívia e e logo em um congresso a primeira coisa que me perguntaram foram coisas do Barça. O primeiro, depois coisas da Catalunha mas primeiro Barça 'o que acontece que não contratamos ninguém, o que acontece?" é loucura, é loucura em qualquer lugar do mundo é incrível porque se produziu, digamos, uma espécie de ação positiva intervencionista com referência à história do Barça, ou seja, se a opinião pública está exigindo um jogador do Barcelona em escala mundial, está exigindo nomes e coisas que, bom, Barcelona é assim, tem esse significado digamos que produz como uma espécie de identificação muito grande pelos valores esportivos, que isto o Barcelona promove muito por valores de educação, formação estreitamente ligada às crianças, ao mundo das crianças.".

Pericos sobre a globalização do *FC Barcelona*: o "gordo espaçoso"

Entre os *pericos* (ou "periquitos", como são conhecidos os torcedores do *RCD Espanyol*) acabaram acontecendo alguns relatos que, de forma direta ou não, acabaram abordando a globalização do *FC Barcelona*. Héctor Oliva, um periodista declarado aficionado do *RCD Espanyol*, afirmou que *FC Barcelona* se globalizou asfixiando outros clubes em Barcelona e da própria Espanha. Oliva, na verdade, relatava suas memórias sobre o clube *perico*, e parecia enfocar os tempos mais recentes da *globalização* do *FC Barcelona* (distante um pouco das décadas de 1980 e 1990). Assim para ele, o Barça (e o próprio *Real Madri*) seria como um "gordo" que cresceu demasiadamente a ponto de sufocar os outros clubes. Esse relato faz um diálogo com o mundo midiático, no período:

> ..los noticiarios hablan solo de Madrid y el Barcelona […] tienes una página o dos. Si, si tu compras el *Diario Sport* tendrás como unas 20 páginas del *Barcelona*, una del *Espanyol*. Si compras el *Mundo Deportivo* al o mejor tienes 2 del *Espanyol*, 20 del *Barça*. Para mí el problema…para muchos aficionados del *Espanyol* esto los viven muy mal, viven como que "no se informan de nosotros y…". Yo no creo que no se informe de nosotros, yo lo que creo es que ha una sobra información sobre el *Barcelona*, pero yo no necesito más informaciones del *Espanyol* de la que tengo. No necesito más. Sí, me parece que es absolutamente exagerado la información que hay sobre *Barcelona*, pero, pero no me quejo de falta de información del *Espanyol* y si me quejo de que los medios…parece que solo exista, en los medios audiovisuales, en la televisión, solo existen el *Madrid* y el *Barcelona*, solamente […] yo creo que la información que se da en, por ejemplo, en los medios públicos de Catalunya en TV3 en Catalunya, RAI de español, etc, no están mal. Tradicionalmente has sido sí más hostil, no está mal, es correcta, es correcta. Simplemente es que el *Barça* ocupa demasiado espacio socialmente, demasiado espacio. Ahora seguramente pues lo va vivir el *Gira* [Girona F.C., da Catalunha, havia subido a primeira divisão em 2017] porque el *Espanyol* no va ser único que lo sufre es el único porque somos el único equipo en primera división, pero lo mismo les ha sucedido cuando ha subido a primera al *Sabadell*, al *Gymnàstic de Tarragona*, al *Lleida*, o le va suceder este ano a *Girona* que se va a encontrar que no hay… El *Barça* es como un *gordo que no deja espacio para más gente no, no deja espacio, eso es una cosa que oprime*, entonces nosotros lo sufrimos porque somos el otro gran club de Catalunya, pero el *Girona* también yo creo que también le vá a ocurir (OLIVA, 2017)[388].

[388]"...os noticiários falam apenas do Real Madri e do Barcelona [...] você tem uma página ou duas. Sim, se você compra o Diario Sport você terá cerca de 20 páginas de Barcelona, uma do Espanyol. Se você comprar o Mundo Deportivo o melhor, você tereá 2 do Espanyol, 20 do Barça. Para mim, o problema ... para muitos torcedores do Espanyol, eles vivem muito mal, vivem como 'eles não nos informam e ...'. Eu não acho que não haja informação sobre nós, o que eu acho é que há muita informação sobre o Barcelona, mas eu não preciso de mais informações sobre o Espanyol do que eu tenho. Eu não preciso de mais. Sim, eu acho que é absolutamente exagerada a informação que existe sobre o Barcelona, mas, mas não me queixo de falta de informação do Espanyol, e sim me queixo da mídia ... parece que existe, nos meios audiovisuais, na televisão, existe apenas o Madrid e o Barcelona, apenas [...] Eu acredito que a informação dada, por exemplo, nos meios de comunicação pública da Catalunha na TV3 Catalunya, RAI Espanhol, etc., não são ruins. Tradicionalmente você tem sido mais hostil, não está errado, está correto, está correto. É só que o Barça ocupa muito espaço socialmente, muito espaço. Agora com certeza vai passar por isso o Girona [havia retornado para Primeira Divisão em 2017], porque o Espanyol não será o único que sofre disso, porque somos a única equipe na primeira divisão, mas o mesmo aconteceu quando subiu o Sabadell, o Gymnàstic de Tarragona, o Lleida, ou vai acontecer este ano com o Girona, que vai perceber que não há ... O Barça é como um gordo que não deixa espaço para mais pessoas, isso é uma coisa que oprime, então nós sofremos porque somos o outro grande clube da Catalunha, mas o Girona também, eu acredito que isso também vai acontecer com ele.".

Nessa linha, o tema da diferença dos direitos de TV, entre os *pericos* também foi recorrente. Neste aspecto, houve a afirmação de que o *FC Barcelona*, e também o *Real Madri*, se beneficiaram do formato de vendas individuais dos direitos de transmissão, e dispunham de protagonismo privilegiado nas TVs:

> Los derechos televisivos en España están repartidos de manera muy desigual, los dos 'grandes' (*Real Madrid*y *FC Barcelona*) se llevan la gran mayoría de los derechos dejando para los demás poco (CURVA RCDE, 2017)[389].

> A nivel nacional no se habla nada de la mayoría de equipos. *FC Barcelona*, R.Madrid y algo el At.Madrid se llevan el 99% de las noticias deportivas (…) Del reparto injusto de los derechos televisivos, y del mal trato mediático, ya he comentado en preguntas anteriores. Es un tema vergonzoso (XAVIER, 2017)[390].

Anton Roig, presidente da *penya* do *Espanyol Blanc i Blava de Reus i Comarca*, em seus relatos, afirmou em dado momento, que o campeonato nacional, *La Liga*, havia se tornado (na verdade) dois campeonatos: um disputado entre *FC Barcelona* e *Real Madri*, e eventualmente *Atlético de Madri*, e outro campeonato disputado pelo restante dos clubes. A presidente da federação catalã de *penyes* do *Espanyol*, Araceli, em suas memórias, também em dado momento abordou a questão de um super protagonismo do Barça, e fez um relato parecido com o de Héctor Oliva e a metáfora do "gordo" que asfixiou os demais:

> ...porque las circunstancias han hecho pues que nosotros hayamos tenido unas penúrias económicas. Una situación al lado de un monstro, en buen sentido de la palabra, o malo [risos]…es igual. Pero, al lado de una persona con todos los poderes fácticos, con todos los poderes económicos…con todo el poder! Es muy difícil [error] la prueba es que Catalunya que tiene el mayor número de equipos de fútbol federados de toda España, y solo está el Barcelona y el Espanyol en primera. Y este año que viene estará el *Girona* [*Girona F.C.*] y en episodios, algunas veces, ha subido *Sabadell*, *Gymnástic*, pero es marginal es algo que no tiene…es, bueno, es una otra cosa: si tu miras Comunidad Autónoma de Andalucía, o miras los vascos, o miras incluso Madrid, verás que tienen [mais] equipos de fútbol en primera…Valencia… aquí en Catalunya no. Todos son llevados al mismo [a torcer para o Barcelona] (ARACELI, 2017)[391].

---

[389]"Os direitos televisivos na Espanha são distribuídos de forma muito desigual, os dois "grandes" (Real Madrid e FC Barcelona) levam a grande maioria dos direitos, deixando para os outros o resto.".

[390]"Em nível nacional, nada é dito sobre a maioria das equipes. FC Barcelona, Real Madrid e algo como o Atlético de Madrid tomam 99% das notícias esportivas (...) A distribuição injusta dos direitos de transmissão televisiva e o desprezo da mídia, já comentei anteriormente. É um assunto vergonhoso.".

[391]"... porque as circunstâncias nos causaram algumas dificuldades econômicas. Uma situação próxima a um monstro, no bom sentido da palavra, ou ruim [risos] ... é a mesma coisa. Mas, ao lado de uma pessoa com todos os poderes, com todos os poderes econômicos ... com todo o poder! É muito difícil... a prova é que a Catalunha tem o maior número de times federados de futebol na Espanha, e apenas o Barcelona e o Espanyol estão na primeira divisão. E este ano que vem será o Girona [Girona FC] e em episódios, algumas vezes, subiu o Sabadell, o Gymnástic, mas é marginal é algo que não tem [consistência] ... é, bem, uma outra coisa: se você olhar para a Comunidade Autônoma da Andaluzia , ou você olha para os bascos, ou mesmo olhar para Madrid, você verá que eles têm [mais] times de futebol em primeiro lugar ... em Valência ... aqui na Catalunha não. Todos são levados para isso [torcer para ou Barcelona].".

Essas abordagens, sobre a globalização do *FC Barcelona*, feitas por pessoas envolvidas com o *RCD Espanyol* (seja nos relatos ou conversas informais), geralmente também atribuíam um favorecimento da configuração política para o desenvolvimento do Barça durante o período (como, por exemplo, ajuda da prefeitura ou do governo da Catalunha), algo que não teria acontecido para o *RCD Espanyol*.

5.3 REIAL CLUB DEPORTIU ESPANYOL

História e tradições identitárias

O *Reial Club Deportiu Espanyol* nasceu em 1900, em Barcelona, por inciativa de um grupo de estudantes da Universidade de Barcelona. Segundo Oliva (2017), esses estudantes queriam jogar futebol (novidade na época), mas não tinham espaço nos outros clubes da cidade que congregavam apenas aqueles que já sabiam jogar, cuja maioria seria de estrangeiros: tratava-se de equipes como o *FC Barcelona*, Català e o Hispania (GONZÁLEZ, 2012). Assim, o nome adotado, inicialmente pelo *Espanyol*, seria *Sociedade Española de Foot-Ball*, mas não teria (naquele momento) conexões identitárias com o *espanholismo* político em contraposição ao *catalanismo* político, conforme essas alteridades se modelariam tempos depois (segundo os memorialistas). Aquele seria um contexto em que o *catalanismo* ainda estava ascendendo no campo da cultura-política, e o nome adotado seria justamente para se diferenciar de clubes "estrangeiros" da cidade, aceitando apenas cidadãos locais, espanhóis e catalães (SPAAIJ, 2006; OLIVA, 2017). A primeira cor adotada pelo clube foi o amarelo, porque seria a cor do tecido disponibilizado por um diretivo (GONZÁLEZ, 2012). Uma parte da geração fundadora, após terminar a universidade, seguiriam suas carreiras profissionais, e (por isso) entre 1905-1908 o clube deixaria de existir. Entretanto, em 1909 ressurgiria, já com o nome de *Club Deportivo Español*, e adotaria camisas brancas com calções azuis, e logo depois camisas listradas na vertical, em branco e azul, cores inspiradas no almirante Roger Llúria: um marinheiro italiano que teria servido as coroas de Aragão e Sicília, e acabou adquirindo com o tempo o status de herói catalão (GONZÁLEZ, 2012). Em 1912 o clube obteria o título *real* de Alfonso XIII (outros clubes na Espanha obteriam o mesmo título no período, como o *Real Sociedad* ou o *Real Betis*, e o rei buscaria se aproximar do desporto, em um esforço para parecer "moderno"), passando a utilizá-lo precedendo o nome, junto com uma coroa acima do escudo, distintivo que permaneceria assim desde então.

Figura 22 - Primeiras camisas e escudos do Espanyol

Fonte: Site do clube (2018); Camisetas Sport Club (2019).

Os círculos do clube, nesses seus inícios, congregariam indivíduos da pequena, média e alta burguesia catalã (em expansão), e teve em Genaro de La Riva um dos principais impulsores (de La Riva era um atleta e entusiasta do desporto) e pela sua condição econômica (PALOMARES, 2001; GONZÁLEZ, 2012). O *Español* começaria a desenvolver sua rivalidade principal, mais ligada ao campo esportivo, em relação ao *FC Barcelona* na década de 1910, com vários relatos de violência entre os clubes (SPAAIJ, 2006).

Entre os memorialistas encontrei, de forma recorrente, uma história de como o *Estádio do Sarriá* foi "idealizado" como uma resposta à construção de *Les Corts* do *FC Barcelona* (1922)[392]. O projeto inicial seria de um estádio para 40 mil pessoas, mas a construtora contratada teria falido e entregue apenas 11 mil lugares (1923). Segundo Oliva (2017), o estádio seria efetivamente comprado em 1948 pelo clube, da família de La Riva, por 5 milhões de pesetas (€ 30 mil), valor considerado abaixo de mercado. O professor Carles Santacana (2017) destacou que esta operação acabou endividando muito o *Español*, pois o campo estava em um local muito caro, região nobre da cidade de Barcelona.

A partir da década de 1950 o estádio foi seguidamente ampliado, ganhando arquibancada com espaço para 9 mil pessoas atrás do "*gol sur*" (onde antes havia uma casa) em 1951, espaço que seria ampliado, novamente, em 1982. Abaixo, o Estadio Sarriá antes e logo depois das primeiras ampliações, após sua compra pelo clube, da família de La Riva, em 1948:

[392]Teria havido um encontro, em uma barbearia de Barcelona, entre um membro da família La Riva e Joan Gamper (fundador do FC Barcelona) que recém havia construído o campo de Les Corts (1922). Na ocasião, Gamper faria uma piada com o clube blanquiazul afirmando que o Espanyol, de tão pobre, logo ficaria sem campo para jogar ao que La Riva teria respondido que aquilo era um equívoco de Gamper, pois ele mesmo compraria um campo para o Espanyol. Comprado o terreno (numa região recém anexada à cidade de Barcelona, e que demarcava seu crescimento), logo iniciou-se a construção.

Figura 23 - Estádio do Sarriá e suas tranformações na década de 1940-1950

Fonte: Canóvas & Malagarriga (2009).

Até 1920 *FC Barcelona* e *RCD Español* não tinham uma diferença de dimensões consideráveis (massa social ou patrimônio), e num contexto de campeonatos regionalizados representavam o grande *dérbi* para os catalães até ali. Entretanto, entre 1920-1930 começaria a se desenvolver uma diferença entre *Español* e o *FC Barcelona* em termos de dimensão econômica e social, possivelmente pelo maior simbolismo dos *barcelonistas* que arregimentavam em suas diretivas figuras republicanas e catalanistas (ligadas ao poder político na Catalunha) e serviria crescentemente como elemento de integração para imigrantes de outras partes da Espanha, enquanto que no *Español* predominaria um inicial "apoliticismo" dos proprietários do clube, os de La Riva, depois ligados a Ditadura de Primo Rivera[393] e ao franquismo (SPAAIJ, 2006; GONZÁLEZ, 2012). Segundo Viñas (2005), enquanto o *FC Barcelona* se acercava à sociedade catalã, em meio aos regimes autoritários do período (Primo Rivera e Franco) e ao crescimento do *catalanismo* e a sua popularização (integrando também a maior parte dos imigrantes que chegavam), os diretivos do *Espanyol* iam na contramão, se acercando de indivíduos ligados as ditaduras e espanholistas, se isolando cada vez mais da sociedade catalã, e no campo da simbologia, cada vez mais sendo representados como o reduto do franquismo na Catalunha.

Por outro lado, a ideia de que o *Espanyol* deveria ser associado ao espanholismo e à ditadura é extremamente rechaçada pela comunidade do *Espanyol*, que afirma que durante a ditadura seria impossível não ser "franquista", e que o *FC Barcelona* teria tido também diretivas ligadas a Franco (OLIVA, 2017). Segundo Oliva (2017), o *catalanismo* mesmo nunca fora um problema para o *Espanyol*, que sempre se sentiu um clube *barcelonista* e catalão, só que não

[393]Já em 1923 o clube teria uma penya denominada Deportiva Ibérica, que ficaria notabilizada pela defesa do nacionalismo de direita, e enfrentamento com os torcedores catalanistas do *FC Barcelona*.

faria disso um mote de propaganda, se interessaria só pelo desporto. Mais do que isso, segundo os *pericos* (torcedores do *Espanyol*), a narrativa do "Espanyol franquista" fora consagrada indiretamente pelo rival (que faria "uso da política" no futebol), a qual acabara colocando o *Espanyol* como um contraponto para sua identidade. González (2012), nessa direção, afirmaria que a identidade do *FC Barcelona* teria sido remodelada entre fins de 1960 e inícios de 1970, por "una brillante generación de periodistas e intelectuales encabezada por Manuel Vázquez Montalbán" (GONZÁLEZ, 2012: 45)[394] que se associariam a duas grandes forças sociais em expansão, justamente o *catalanismo* e o *anti-franquismo*, instaurando vários marcos mnêmicos nessa direção. Nesse processo, as diretivas do *Español* não demarcaram uma posição política clara, declarando o clube apenas como "apolítico" (VALVERDE, 2017?)[395]. Fidalgo (2009), também faz um corte entre massa social do clube e seus diretivos, nesta análise: segundo ele, por muito tempo os círculos do *FC Barcelona* haviam construído uma imagem do clube *blanquiazul*, mas a partir de "posturas minoritárias" de algumas pessoas do Español (diretivos), e que não refletiam as raízes gerais do clube, que seriam catalãs. Ainda dentro da narrativa dos memorialistas do *Espanyol*, acompanhe-se, por exemplo, os seguintes relatos:

> Si uno se olvida de la historia se la acaba, escribiendo otros […] Sucedió en el pasado y sigue sucediendo hoy. La historia oficial ha construido unas jaculatorias que dan lecciones de catalanidad, de resistencia contra el franquismo y de grandeza, cuando la realidad de la historia nos dice que la tradición del RCDE es tanto o más catalana que la de cualquier otro club, que el Barça y el Madrid si hicieron grandes bajo el amparo del régimen franquista, y que el sentimiento blanquiazul guarda mucha más relación con la contestación que con la complacencia (OLIVA, 2017:14)[396].

> Mientras los vencedores inventaban su historia, el Espanyol no inventaba nada. Y se encontró a la sombra de la historia ajena. Si el Barça simbolizaba el antifranquismo y el catalanismo, el Espanyol, su vecino y rival, debía simbolizar lo contrario (GONZÁLEZ, 2012:46)[397].

O memorialista Juan Segura Palomares (2001) segue em linha parecida:

> El español nació, como hemos podido comprobar al inicio de este relato, como un club deportivo, catalán por el lugar de nacimiento y porque catalanes fueran sus fundadores, y catalanes la mayoría abrumadora de sus socios, antes de ayer, ayer y hoy; con las puertas abiertas, eso sí, a quienes, sean de donde sean, se acerquen al club

---

[394]" ...uma brilhante geração de periodistas e intelectuais encabeçada por Manuel Vázquez Montalbán.".

[395] Entrevista de Ernesto Valverde à *Revista Líbero*. Cf. https://revistalibero.com/blogs/contenidos/he-aprendido-mucho-con-el-libro-porque-al-principio-no-tenia-idea-de-como-ordenar-las-fotos. Acesso em: 1 fev. 2019.

[396]"Se você esquece a sua história, acabam lhe escrevendo outros [...] Isso aconteceu no passado e ainda está acontecendo hoje. A história oficial construiu umas narrativas que dão aulas catalanidade, a resistência contra Franco e grandeza, quando a realidade da história nos diz que a tradição do RCD Espanyol é ainda mais catalão do que qualquer outro clube, que o Barça e o Madrid se fizeram grandes sob a égide do regime de Franco, e o sentimento do Espanyol tem muito mais a ver com a contestação do que com a complacência.".

[397]"Enquanto os vencedores inventavam a sua história, o Espanyol não inventava nada. E ele se encontrou na sombra da história alheia. Se o Barca simbolizava o antifranquismo e o catalanismo, o Espanyol, seu vizinho e rival, deveria simbolizar o oposto.".

> con ese espíritu. El Espanyol nunca ha cedido, ni antes ni después de ser real, ni frente a los que lo insultaban ni aún menos frente a los que, desde cualquier ala de la política, han pretendido jugar con él o con su nombre. Ni nunca se há dejado convertir, institucionalmente, em um aríete agressivo de nada ni de nadie (PALOMARES, 2001)[398].

A leitura de que o "*FC Barcelona* catalão" surgiu apenas no *tardo franquismo* não foi encontrada (obviamente) entre os *barcelonistas*, tal como nas obras acadêmicas que tive acesso (DUCH, 2003; VIÑAS, 2005; ARCOS, 2011; BARCO, 2015; FIGOLS, 2016) ou entre os professores entrevistados (SOLÉ, 2017; SANTACANA, 2017; VIÑAS, 2017) e que estabelecem geralmente a ligação do *barcelonismo* com o *catalanismo* desde a criação do clube. O que o professor e historiador Josep Maria Solé i Sabaté (2018) reportou-me foi que, de fato, Manuel Vázquez Montálban foi um dos maiores intérpretes do *barcelonismo*. Talvez, esteja aí, um problema interessante para um trabalho acadêmico desenvolver com melhor profundidade.

Ao longo dos anos, em termos de desempenho esportivo, dimensão econômica e massa social, haveria uma grande diferenciação entre o *FC Barcelona* e o *RCD Espanyol*, e um novo marco diferenciador seria a partir de meados do XX, quando o *FC Barcelona* passa a rivalizar com o *Real Madri* (que ascende mais até, desportivamente), tem um grande ídolo (Kubala), constrói o maior estádio da Espanha, adquire hegemonia na Catalunha e ressonância em toda o Estado espanhol (e depois repercussão global). Enquanto isso, os *pericos* permaneceram mais circunscritos a esfera local, e citadina.

Na década de 1960, na presidência do clube ascenderia (primeiro como "mecenas", e depois como presidente em 1967/1969) Juan Villa Reyes, um milionário ligado ao setor têxtil e tecnológico e, ao mesmo tempo, seria ligado aos tecnocratas e setores *aperturistas* do franquismo (GONZÁLEZ, 2012). Villa Reyes tinha projetos visionários para o clube, construir um novo estádio (comprar *Les Corts* do *FC Barcelona*, ou propor a partilha do *Camp Nou*) contratara Di Stefano e Kubala (dois ídolos do *Real Madri* e *FC Barcelona*, em fim de carreira), outros tantos jogadores promissores e caros (como os "cinco delfines"), e até a vinda de Franz Beckenbauer (craque alemão) foi ventilada. Isto, aliado a campanhas destacadas como "gloriosas" pelos memorialistas do time *blanquiazul*. Entetanto, o clube seria rebaixado para a segunda divisão em 1969, e logo depois um escândalo de corrupção com proporções midiáticas

[398]"O espanhol nasceu, como se comprovou no início deste relato, como um clube desportivo, catalão, por seu lugar de nascimento e porque os catalães foram seus fundadores, e catalães eram a maioria esmagadora dos seus membros antes de ontem, ontem e hoje; com as portas abertas, sim, para aqueles que, de onde quer que vinham, se acercassem ao clube com esse espírito. O Espanyol nunca cedeu, nem antes ou depois de ser real, nem contra aqueles que o insultavam, nem menos com os que, de qualquer política, tentaram jogar com ele ou com seu nome. Nem nunca lhe foi permitido se converter, institucionalmente, em um instrumento agressivo de qualquer coisa ou de alguém.".

("caso Matesa") cairia sobre a empresa de Villa Reyes (situação que revelava, na verdade, um enfrentamento dentro do próprio franquismo, e o avanço de setores conservadores e falangistas contra o grupo de que Reyes representava), e o presidente pediria demissão. O clube, apesar de voltar a primeira divisão em 1970, teve sérias dificuldades econômicas nos anos seguintes, e teria que desfazer-se das suas outras seções desportivas (PALOMARES, 2001; GONZÁLEZ, 2012; OLIVA, 2017).

Nos inícios de 1980, assim, o *Espanyol* era ainda um clube numa trajetória de recuperação econômica. Não vinha de uma história vencedora no plano nacional, poucas vezes conseguira alçar entre as cinco primeiras colocações da Liga (até ali), tinha como títulos máximos duas Copas do Rei, e costumava ficar na posição intermediária dos torneios da *Liga*. Escrevendo já em 2017, Oliva (2017) destacaria que em sua história, apesar da tradição, o *Espanyol* seria "...el equipo que aglutina los récords negativos de la Liga..." ("a equipe que reúne os recordes negativos da *Liga*...", ou seja, que não construiu uma trajetória de equipe vencedora, e por isso não arregimentava torcedores que esperavam vitórias, mas uma legião de "religiosos" que acreditava muito mais no pertencimento e nos valores. Assim, em fins de 1970, em termos esportivos o *Espanyol* era um clube tradicional e importante da Espanha, mas de dimensões secundárias no plano nacional e que ainda tinha dificuldades para pagar seu estádio (único patrimônio) e suas dívidas. Já nesse momento, ideias de um clube apenas esportivo (e "apolítico") e "heroicamente resistente" já circulavam entre os *periquitos*[399].

Outros ícones mnêmicos/identitários do *Espanyol*, narrados e destacados pelos memorialistas do clube, e já existentes até 1980: ser um clube criado por universitários catalães, em que estrangeiros não jogavam; ter revelado o goleiro reconhecido como melhor de todos os tempos na Espanha (inclusive o prêmio de melhor goleiro da temporada que se estabeleceu, leva seu nome), Ricardo Zamora; o *Estádio Sarriá*, construído em um local nobre da cidade em que a torcida ficava muito próxima ao campo (também chamado de "bombonera"), possivelmente buscando demarcar também uma alteridade com um "menos barulhento" e "entediante" *Camp Nou*; o apelido de "*perico*" (periquito) que remonta aos inícios do XX,

[399]No aniversário de 75 anos do clube (em 1975), Palomares (2001) destaca a declaração do presidente Méler, que afirmaria, em tom "heróico", em um discurso: "Es muy difícil sobrevivir a la sombra del gran árbol del rival ciudadano, que loa capara todo" (MÉLER apud PALOMARES, 2001: 305). "É muito difícil sobreviver a sombra da grande árvore do rival citadino, que cobre tudo". Neste mesmo ano, Palomares destaca também alguns versos publicados em uma revista do clube, por um sócio, e que assim diziam: "Lluitem per ideals nobles/ i una causa que mai mor / no discriminem els altres/ volem fer, tan sols, esport" (PRAT apud PALOMARES, 2001: 307). Seria algo como: "Nós lutamos por ideais nobres/ e uma causa que nunca morre/ Nós não discriminamos os outros/ Queremos fazer, apenas esporte".

quando um periquito fora consagrado como uma espécie de mascote informal do clube, ainda na década de 1920. Sobre este símbolo, seguem algumas informações: em 1920, um desenhista chamado Valentí Castanys representava o clube através do desenho de quatro gatos "vira latas", numa representação irônica da capacidade "raquítica" da agremiação. Ocorre que por esse momento, também, chegariam as primeiras películas do gato Felix em Barcelona, que ficou conhecido como "gato periquito" na cidade, por causa do alvoroço que causava onde passava e pela forma da sua voz. Não tardou para que Castanys passasse a adotar o gato Felix, o "gato periquito", para representar o clube em seus desenhos. Com a guerra civil na Espanha, e a ascensão do franquismo, formas consideradas depreciativas de representação foram proibidas, e o gato periquito parou de ser publicado. Entretanto, com o decorrer dos anos as memórias de pessoas envolvidas com o clube passaram a fazer referência cada vez mais ao pássaro periquito como mascote do clube. Há também uma outra versão, menos aceita, de que o gato periquito seja proveniente de pássaros que frequentavam o campo do Sarriá (PALOMARES, 2001). Quando estive em Barcelona (e lendo os memorialistas), dava a impressão de que *periquito* soava para os torcedores do clube como algo afetivamente próximo e "puro", como uma criança ou um animal de estimação.

Figura 24 - O surgimento do "gato periquito"

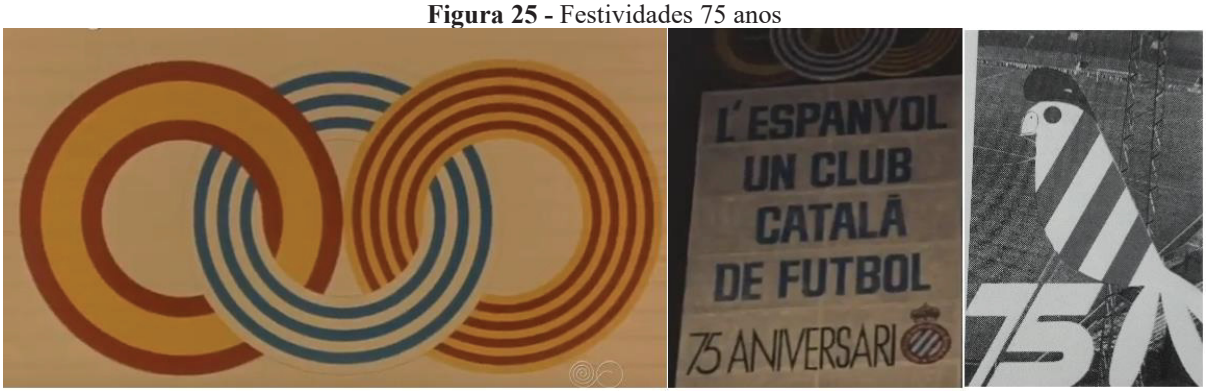
Fonte: Palomares (2001).

Em termos organizativos, o clube era organizado (desde tempos remotos) no formato de conselhos, num caráter de associação sem fins lucrativos e com eleições indiretas para presidente (neste ponto bem mais fechado que o *FC Barcelona*, por exemplo). O *Español* também se caracterizaria por ser um clube bem demarcado em congregar nas suas diretivas (dividindo o poder) um restrito grupo de famílias bem destacadas economicamente em Barcelona, que teriam muito protagonismo nestes círculos, como os Lara, os Perelló e os De la Riva (fundadores).

Em termos de massa social, seu universo torcedor também se constituiu (até 1980) mais restrito ao universo local e citadino da Catalunha e Barcelona, sendo aí o segundo clube da capital (talvez até o terceiro ou quarto, atrás de *Real Madri* e *Bétis*, de fora da Catalunha), apesar de ser conhecido nacionalmente. Nos inícios de 1980, o clube tinha contabilizadas 30 *penyes*, e aproximadamente 14 mil sócios, entre os quais parecia prevalecer o perfil da localidade, *tradicionalidade* e transmissão familiar, como hegemônico. O *Español* era, já naquele momento, também uma outra opção de torcer, na cidade, para uma minoria dentro da massa de migrantes internos (que viera para Barcelona) e que não quiseram se integrar entre os *barcelonistas*. Também, uma opção para os que já eram *madridistas* e aqueles que por algum motivo não gostavam do *FC Barcelona*. Não se obteve informações precisas sobre a massa social do clube em termos políticos, mas acredita-se (pelos relatos) que a maioria se identificava com o "catalanismo moderado" e a "identidade dupla" (catalã e espanhola ao mesmo tempo), mas pudesse haver simpatizantes mais espanholistas, pois a Catalunha passara (como já exposto) por um processo de imigração de outras partes da Espanha em meados de 1950.

Outra informação importante é que, desde 1975, por ocasião da comemoração do 75º aniversário da entidade, os diretivos do clube iniciam uma inflexão rumo ao *catalanismo* de forma mais frontal (Palomares afirma que essa inflexão já iniciara, de forma mais tímida, ainda com Villa Reyes, em 1969). Se objetivava abrir mais a agremiação à Catalunha, num contexto de tardo-franquismo e ascensão do *catalanismo*, para reforçar sua conexão com a sociedade catalã. Sendo assim, o presidente do clube Manuel Méler promoveria inclusive um mote para aquelas festividades (a partir da contratação da agência Slogan, de Ferran Martorell, também de uma família referente e ligado a diretiva do clube) que dizia, em catalão, "L´Espanyol, un club català de fùtbol" ("Espanyol, um clube catalão de futebol"), tal como um logotipo que reunia a bandeira da Espanha e da Catalunha, a partir da bandeira do Español em anéis olímpicos.

Figura 25 - Festividades 75 anos



Fonte: RTVE Documental Extendido del 75 aniversari del Espanyol (1975?); Palomares (2001).

As festividades seguiram por uma semana, contaram ainda com apresentações da dança típica catalã (a *sardana*), uma visita a montanha da santa catalã "moreneta" de Montserrat, e a saída de uma tocha do Palácio da *Generalitat* que iria até o estádio do clube, levada pelos atletas, além do lançamento do "periquito" como mascote oficial do clube. Foi também, por ocasião dessas comemorações, que se lançou o primeiro hino oficial do clube, que alternava (em sua letra) já uma parte em espanhol, e outra em catalão:

Hino de 1975

Somos españolistas (*Somos espanholistas*),
siempre unidos estamos (*sempre unidos estamos*),
confiados y optimistas (*confiantes e otimistas*),
bien dispuestos a luchar (*bem dispostos a lutar*).

Somos entre los grandes (*somos entre os grandes*),
siempre el más modesto (*sempre o mais modesto*),
nos corresponde este puesto (*nos corresponde este lugar*)
y orgullosos de ello hemos de estar (*e orgulhosos disso temos que estar*).

L'encís de Sarrià (*A sagacidade de Sarrià*)
amb força ens ha unit (*ele nos uniu com força*)
i baix un mateix crit (*e sob o mesmo grito*)
plegats i eufòrics seguirem (*juntos e eufóricos continuaremos*)
I sempre els colors blanc i blaus (*E sempre as cores branca e azul*)
els defendrem amb fúria (*Nós vamos defendê-los com fúria*),
com en Roger de Llúria (*como em Roger de Llúria*)
pel mon en glòria els va portar (*para o mundo em glória, ele os trouxe*)

Composição: Josep Guardiola
Letra: Ricardo Pastor

Fonte: Palomares (2001)

Destaca-se a narrativa do "modesto lutador", do "orgulho", do "Sarriá" e das "cores do clube" como elementos de coesão, tal como a "disposição para luta", e a inspiração em um herói catalão "Roger de Llúria". Finalmente, vale lembrar que "fúria" (significando irracionalismo, força, coragem) foi também, por muito tempo, um dos elementos da identidade da seleção espanhola.

O historiador Alejandre Quiróga Soto, traz alguns dados que esclarecem um pouco essa relação do clube com o *catalanismo*, no *tardo-franquismo*. Segundo ele, em 1976, o presidente do clube Juan Villa Reyes (parece que há uma confusão de datas, pois Reyes foi presidente do clube em fins de 1960) teria proposto mudar o nome do clube para *RCD Cataluña* para associar-se ao crescimento do *catalanismo* no pós-franquismo, e ao mesmo tempo desfazer-se da imagem histórica do clube como "anti-catalanista". Entretanto um setor de aficionados do clube não teria concordado e exigiu inclusive um pedido de desculpas do

presidente (não nos parece conclusivo que esse setor era dominante e/ou necessariamente de espanholistas políticos), mas o que importa é que muitos aficionados do *Espanyol*, desde então, passariam a também levar *Senyeras* ao estádio, que eram inclusive agitadas quando, por exemplo, num clássico entre *FC Barcelona* e *Real Madrid*, os *barcelonistas* sofriam gols e estes eram comunicados pelo sistema de autofalantes em *Sarriá* (SOTO, 2014).

É importante ressaltar que a associação mais clara do clube com a Catalunha era vista, portanto, como positiva pela maior parte da comunidade españolista. Segundo Fidalgo, essa associação era inclusive tema necessário para avanço temporal do clube:

> Su catalanización y la del himno eran imprescindibles em un club que en algunos aspectos se había quedado anclado treinta años atrás. La normalización de la participación del club en diversos ámbitos de la sociedad catalana, como la ofrenda floral [à Rafael Casanova, considerado um herói de 1714] de la *Diada*, era necesaria (FIDALGO, 2009:27)[400].

Fidalgo afirma também que o clube teve uma melhora na imagem perante a sociedade catalã com o pós-franquismo. Assim, seria notável que desde o presidente Manuel Méler, o clube vinha promovendo ações para se integrar com a Catalunha, como através da mudança de símbolos, eventos sociais, colaborações com a *Generalitat* e contribuindo com a própria construção de uma seleção de futebol da Catalunha. Oliva (2017) também afirmou que desde fins do franquismo houve uma aproximação do *Español* com os símbolos da Catalunha, e a massa social do clube quis em grande parte essa aproximação.

Um olhar panorâmico sobre a trajetória e transformações do clube entre 1980-2010: âmbitos diretivo, torcedor e jogador

Entre 1980 a 2010 o *RCD Espanyol* teve quatro presidentes, conforme se vê adiante:

Tabela 18 - Presidentes do RCD Espanyol entre 1980 e 2010

Antonio Baró Armengol	1982-1986 / 1986-1989*
Ferrán Martorell (presidente interino)	1989
Juli Pardo Padrós	1989-1993
Francesc Perelló Picchi	1993-1997
Daniel Sanchez Llibre	1997-2011

Legenda
*renunciou antes de finalizar o mandato
Fonte: Oliva (2017).

[400]"Sua catalanização e a do hino foram fundamentais em um clube que em alguns aspectos havia permanecido ancorado há trinta anos atrás. A normalização da participação do clube em várias áreas da sociedade catalã, como a oferenda floral [à Rafael Casanova, considerado um herói de 1714] da Díada, foi necessária.".

Cumpre ressaltar que entre 1970 a 1982, o presidente do clube foi Manuel Méler Urchaga, e que a única eleição do clube em que os sócios participaram, votando diretamente, foi em 1989 (OLIVA, 2017). Houve eleições em 1982 e 1986 (eleição e reeleição de Antonio Baró, respectivamente), mas indiretas, ou seja: Baró foi eleito automaticamente (nos dois casos), após apresentar um número de firmas de sócios necessárias. Já as eleições de 1989, seriam democráticas e diretas, mas ocorreriam em um momento de crise institucional e foram modificados os estatutos do clube para realizá-las de forma antecipada. Em 1992, o clube foi transformado em uma *Sociedade Anònima* (*SAD*), tal como a maioria dos clubes profissionais na Espanha (1ª e 2ª divisão), por força de lei. Portanto, findavam-se as eleições entre os sócios, e o presidente passaria a ascender ao cargo a partir da escolha de uma junta de acionistas. Cabe destacar que a transformação da composição social da diretiva do *Espanyol*, historicamente administrado por um consórcio de pequenas famílias destacadas em Barcelona, sobre uma inflexão para um modelo mas afinado ao *mundo corporativo* (e às identidades *ethos-trabalho*) em 1989 (inclusive tendo uma mulher como diretiva protagonista), mas devido ao declínio vai ocorrer um híbrido, de meados de 1990 em diante, entre famílias destacadas historicamente no clube (e que possuíam grande número de ações) e funcionários profissionais.

Em termos financeiros, do *RCD Espanyol*, o quadro foi o seguinte:

Tabela 19 - Quadro financeiro do RCD Espanyol entre 1980-2010

Temporada	Receita total	Orçamento	Dívida total	Receitas das TVs
1980-1981	-	280 milhões pts (€ 1,6 milhões)	-	-
1989-1990	1,1 bilhão pts (€ 6,6 milhões)	-	-	-
1990-1991	-	616 milhões pts (€ 3,7 milhões)	-	110 milhões pts (€ 660 mil)
1991-1992	-	-	6 bilhões de pts (€ 36 milhões)	-
1995-1996	-	-	-	150 milhões de pts (€ 900 mil)
1997-1998	3,6 bilhões de pts (€ 21,6 milhões)	-	11 bilhões de pts (€ 66 milhões)	-
2003-2004	€ 25 milhões	-	€ 51 milhões	€ 12 milhões
2007-2008	€ 43 milhões	-	€ 151 milhões/ € 52 milhões *	-
2009-2010	€ 49 milhões	-	€ 173 milhões	€ 19,2 milhões

Fonte: diversos, elaboração própria (2018)[401].

[401]Valores angariados juntos às edições do jornal La Vanguardia, Liébana (2010, 2016), Palomares (2001), González (2012), Fidalgo (2009). Alguns desses dados, às vezes, não combinavam entre fontes diferentes, de modo que se faz a ressalva que devam ser vistos mais como uma projeção.

Em que pese finalizar a temporada 2009-2010 como o 6º clube que mais devia na *Liga,* o *Espanyol* teve aumentos nas suas receitas entre 1980-2010, mas isso não o colocou como protagonista na configuração do futebol espanhol de primeira divisão[402]. Esse papel de crescimento e manutenção de coadjuvante em termos econômicos também aconteceu nas receitas provenientes das TVs. Mas neste caso houve um grande aumento de distância em relação (sobretudo a partir de 2000), por exemplo, ao *FC Barcelona* e ao *Real Madri*. Em relação aos outros clubes também houve o aumento de distância, mas foi sensível[403].

No caso das receitas de TVs a disparidade em relação aos outros clubes ao longo dos anos pode ser explicada pela forma de negociação que se estabeleceu na configuração espanhola de futebol pela qual (até 2015) os clubes vendiam individualmente os direitos sobre televisionamento das partidas. Nos primeiros contratos com as TVs (pós década de 1980) geralmente as redes de TVs pagavam uma quantia fixa por todo o torneio (para exibir o seu resumo em programas esportivos) e valores diferenciados para transmitir partidas escolhidas, de acordo com a sua atratividade para o conglomerado midiático, situação em que os *blanc i blaus* (o *Espanyol*) não se apresentavam como um clube de apelo midiático protagonista nem mesmo dentro da Espanha, e por isso tinha poucas partidas transmitidas ao longo do ano. Portanto, recebiam valores não muito expressivos dessa fonte e poucas vezes eram vistos em TV aberta. Além disso, ao longo do processo de *globalização*, devido a dimensão esportiva, o clube parece ter desenvolvido um mercado mais confinado a aficionados de Barcelona e Catalunha, isso repercutiu não apenas numa maior distância para as receitas que recebiam *FC Barcelona* e *Real Madri* (que constituíam público transnacionais), por exemplo, na TV aberta, mas também para venda de direitos nas TVs fechadas.

---

[402]Por exemplo, na temporada 1980-1981 enquanto o Espanyol tinha um orçamento previsto de 280 milhões de pesetas (€ 1,6 milhões) o *Real Madri* e FC Barcelona tinham um valor aproximado de 1 bilhão de pesetas (€ 6 milhões) cada, Valência CF 690 milhões (€ 4 milhões), Sevilha FC e Athletic de Bilbao cerca de 320 milhões de pesetas (€ 2 milhões). Para a temporada de 1997-1998, os pericos teriam 3,6 bilhões de pesetas de receita (€ 21,6 milhões), enquanto o FC Barcelona dispunha de cerca de 15 bilhões (€ 90 milhões) e o Real Club Deportivo La Coruña cerca de 5 bilhões de pesetas (€ 30 milhões). Finalmente, na temporada 2009-2010 o clube registrou ingressos de € 49 milhões de euros, mas o *Real Madri* € 438 milhões, Atlético de Madrid € 125 milhões, e Valencia e Sevilha cerca de € 100 milhões.

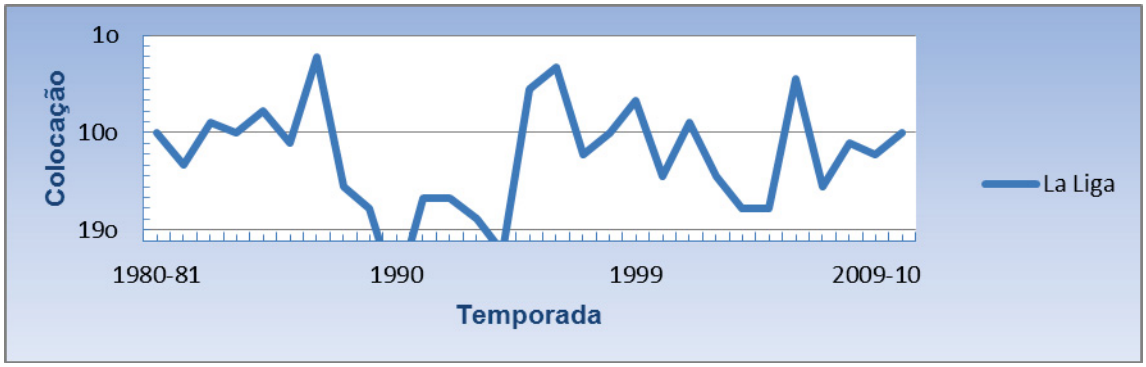
[403]Por exemplo, nos acordos de transmissão com as TVs para o ano de 1990-91, enquanto o clube blanquiazul recebia em torno de 110 milhões de pesetas (€ 660 mil) das TVs, FC Barcelona e *Real Madri* recebiam 425 milhões (€ 2,7 milhões), Athletic Bilbao, e Atlético de Madrid e Valencia CF recebiam 260 milhões (€1,5 milhões) cada. No acordo fechado a partir de 2003, o Espanyol receberia € 12 milhões , o Valencia CF € 24 milhões, Atlético de Madrid € 18 milhões, enquanto que o *Real Madri* recebia € 51 milhões e o FC Barcelona € 54 milhões. Já para a temporada 2009-2010, o clube catalão receberia cerca de € 19 milhões, enquanto FC Barcelona e *Real Madri* recebiam € 157 e € 136 milhões respectivamente.

O professor e historiador Carles Santacana, nas suas memórias (2017), afirmou que o historicamente *Espanyol* nunca tinha sido um clube forte economicamente na Espanha, e que a compra do *Estádio do Sarriá* (por uma família de españolistas) já tinha sido realizada com muitos sacrifícios econômicos pelo clube. Durante a transição ao futebol negócio, o clube acabaria se caracterizando mesmo pela venda precoce dos seus ídolos, devido a dimensão que adquiriu na configuração espanhola.

Em termos de patrimônio físico, os espanyolistas não tiveram ao longo do período adquirido uma feição pujante. Nos inícios da década de 1980 o clube possuía o *Estádio do Sarriá*, numa área nobre da cidade de Barcelona, e este seria reformado e ampliado para a Copa do Mundo de 1982 na Espanha. Entretanto, o estádio do clube, desde a sua construção, fora objeto de preocupação e dificuldades econômicas para o *Espanyol* (e muitas vezes já se cogitara vendê-lo até ali) que, ainda na década de 1980, permanecia com dívidas a saldar, provenientes do campo, aumentadas com as reformas para a Copa do Mundo. Em 1985, o clube adquiriria terrenos adjacentes ao campo do *Sarriá*, e ali construiria campos de treinamento (PALOMARES, 2001). Em 1997 (por causa das dívidas) o *Estádio Sarriá* seria vendido, conforme já apontamos. O centro de treinamentos, e campo para a as equipes da base e feminina, a *Ciudad Deportiva San Adrià de Besòs*, foi entregue em 2001. O novo estádio foi iniciado em 2003 e finalizado em 2009, com capacidade para cerca de 40 mil pessoas, custaria inicialmente € 40 milhões, mas acabaria por custar € 80 milhões (FIDALGO, 2009).

No que diz respeito ao desempenho esportivo o clube *blanquiazul*, apresentou o seguinte perfil:

Gráfico 3 - Desempenho esportivo do RCD Espanyol na Liga entre 1980-2010



Legenda

*Clube foi rebaixado para 2ª divisão em 1989 (retornou em 1990) e 1993 (retornou em 1994)

Fonte: diversos, elaboração própria (2018)[404].

[404]Palomares (2001), Uefa (2018), Resultados Fútbol (2018) e Resultados Fútbol (2018).

O clube foi campeão da Copa do Rei em 1999/00 e 2005/06, chegando as semifinais em 1995/96. Na Copa UEFA seria vice-campeão em 1987/88 e 2006/07, e com outras tímidas participações em 1996/97, 2000/01 e 2005/06. Cabe destacar, ainda, que o clube teve dois vice-campeonatos na *Supercopa da España* 1999-2000 e 2005-2006, participações sem muito destaque no efêmero torneio *Copa de La Liga* disputados entre 1982 e 1986, duas participações em um torneio secundário da UEFA chamado *Intertoto* em 1998 (chegou às semifinais) e 1999 (eliminado na 3ª fase). Finalmente, venceu 5 *Copas Catalunyas* no período (sendo o segundo clube mais campeão no período atrás do *FC Barcelona* com 6 títulos).

Conforme se percebe, em termos desportivos, o *RCD Espanyol* não se apresentou no período como um clube protagonista em termos nacionais. Sua melhor colocação foi um 3º lugar na temporada 1986-1987, por dezesseis vezes não se classificou entre 10 primeiros, lutou em várias oportunidades na parte baixa da tabela e foi duas vezes rebaixado para a segunda divisão nesse período. Por outro lado, o clube conquistou duas vezes a *Copa do Rei* no período (havia conquistado já em 1928-29 e 1939-40). Destaca-se a vitória de 2000 (comemoração do centenário do clube), conquista 60 anos depois da última, vencida no estádio de *Mestalla* (*Valencia CF*) frente ao *Atlético de Madrid*: tal vitória (após tanto tempo) ascenderia como elemento mnêmico identitário do clube e *Mestalla* como um templo de uma ideia de "resistência", enfim recompensada. O clube chegaria também duas vezes as finais da Copa UEFA, uma das quais considerado um episódio de grande trauma por boa parte da sua comunidade. De forma geral, a globalização não tornou o *RCD Espanyol* um clube menos vencedor em termos de desempenho esportivo (o clube já havia sido rebaixado para segunda divisão em duas outras ocasiões na sua história, ao fim de 1961-62 e ao fim de 1968-69). No período da *globalização* surgiram sérias dificuldades para o clube que, entretanto, conseguiu manter seu perfil de clube importante na configuração de elite do futebol espanhol, embora não de forma protagonista. Sobre esta feição da identidade do clube Oliva diria "Está claro, pues, que no hemos optado por nuestros colores por uma cuestión de victoria. Nos cuesta horrores entender eso de que alguien se hace de um equipo porque gana." (OLIVA, 2017:17)[405].

O professor Carles Santacana destacou que a dimensão que o clube desenvolveu em termos de desempenho esportivo no período, não permitiu uma boa inserção no esporte espetáculo de forma destacada num plano nacional. Assim, não seria apenas a ausência de uma simbologia mais ligada a Catalunha que teria atrapalhado o seu crescimento (em contraposição

[405]"Está claro, pois, que não escolhemos nossas cores por uma questão de vitória. Nos custa horrores entender isso de que alguém se faça de uma equipe porque ganha.".

ao *FC Barcelona*), mas outros fatores também teriam atuado nessa direção, como a falta de ídolos e jogadores na própria seleção espanhola:

> …bueno claro, si eso te coloca en tu territorio natural, en Catalunya ¿ no? te coloca tan por debajo de otro, es muy difícil sacar la cabeza allí en el ámbito español (…) yo creo: vender al *Espanyol* fuera de Catalunya, creo que es difícil. Sí porque, claro, nunca ha estado arriba ¿no? No ha ganado nunca la Liga no [error] dos Copas hace muchísimos años, pero no [não ganhou mais nada]…Tuvo dos oportunidades europeas y en las dos falló en el último minuto (…) claro porque se ya en Catalunya estaba en un terreno…o sea era muy subsidiario, entonces es muy difícil ser el equipo ¿no?, de ámbito español reconocido. Y ha jugado, creo, que ya esta segunda, tres o cuatro temporadas, o sea casi siempre [inaudivel] una equipo de primera división, pero claro, de los que se salva, de los que [não disputam algo maior]… no hay llegado nunca ha jugar *Champions* [*Uefa Champions League*], por ejemplo…claro…no tiene ahí un poco de épica, o que haya tenido algún jugador muy importante que (…) no ha podido fijar a grandes [jugadores]...fijó cuando se abrió el mercado internacional fijo a un chileno Caselli que era muy bueno, pero que además acabo yéndose también al *Levante*, o sea que tampoco acabo en *Espanyol* (SANTACANA, 2017)[406].

No que diz respeito à massa social *blanquiazul* (torcida do *Espanyol*)**,** entre 1980 e 2010, o *Espanyol* apresentou um universo aficionado cujo núcleo principal se manteve entre seus torcedores *tradicionais*: *geral*, *sócios*, *penyes* e *gradas*. Ao que tudo indica, o clube desenvolveu também uma boa base de *simpatizantes*, mas base restrita à Espanha, (porque fora dela parece ter se expandido muito pouco). O *Espanyol* parece ter experimentado também um aumento na sua *notoriedade*, dentro do país em grande medida, e fora dele de forma relativa, favorecido pela ascensão da própria *Liga* na *globalização* e da própria *conectividade* que ascende com a *globalização*. Essa expansão parece ter acontecido, em menor medida, também com as *penyes*, haja vista que se expandiram pouco mais de uma dezena dessas organizações nos domínios da Espanha (para além da Catalunha) e outra dezena para fora da Espanha. Num panorama geral, o *RCD Espanyol* permaneceu mais como um clube local durante a globalização. Adiante segue um quadro da massa social dos *pericos* (torcedores do clube) no período:

---

[406]"... bem, é claro, se isso te coloca em seu território natural, na Catalunha. Coloca você assim debaixo de outro, é muito difícil colocar sua cabeça lá no campo espanhol (...) Eu acredito: vender o Espanyol fora da Catalunha, eu acho que é difícil. Sim, porque, claro, nunca esteve em evidência. Nunca ganhou a Liga, teve duas Copas há muitos anos já, mas não ... teve duas oportunidades europeias e em ambas falharam no último minuto (...) É claro, porque ele já estava em Catalunnha, estava em um terreno secundário, então é muito difícil ser uma equipe no âmbito espanhol reconhecido. E jogou, creio eu, agora esta segunda, três ou quatro temporadas, que é quase sempre, entre as equipes de primeira divisão, daqueles que se salvam. Nunca chegou a jogar uma Champions League ... claro ... não tem épica, ou algum jogador muito importante que (...) não foi capaz de contratar grandes jogadores [jogadores] ... contratou quando abriu o mercado internacional, contratou um chileno Caselli, que foi muito bom, mas também acabou indo para o Levante, então ele também não ficou no Espanyol.".

Tabela 20 - Quadro da massa social do RCD Espanyol entre 1980-2010

Temporada	Sócios e "Abonados"*	Penyes	Aficionados na Espanha
1980-1981	13,2 mil	30	-
1984-1985	14,9 mil	48	-
1990-1991	16,2 mil	70	-
1994-1995	15,5 mil	-	-
1998-1998	21,9 mil	105	-
2000-2001	22,5 mil	-	-
2003-2004	23,6 mil	-	-
2007-2008	29,5 mil	-	300 mil a 1 milhão
2009-2010	35 mil	aprox. 190**	-

Legenda

*termo "abonado" passa a ser utilizado por ocasião de transformação do clube em uma SAD (1992). **para a temporada 2009-2010 não tínhamos o número das *penyes* do *Espanyol*, mas para a temporada 2011-2012, uma de nossas fontes afirmava que o clube teria 190 *penyes*, naquele momento. Em 2018, o clube teria 185 *penyes*, 10 das quais estrangeiras (segundo o site do clube), e nos parece provável que o número de penyes estrangeiras deveria ser próximo ao que havia no ano de 2010.

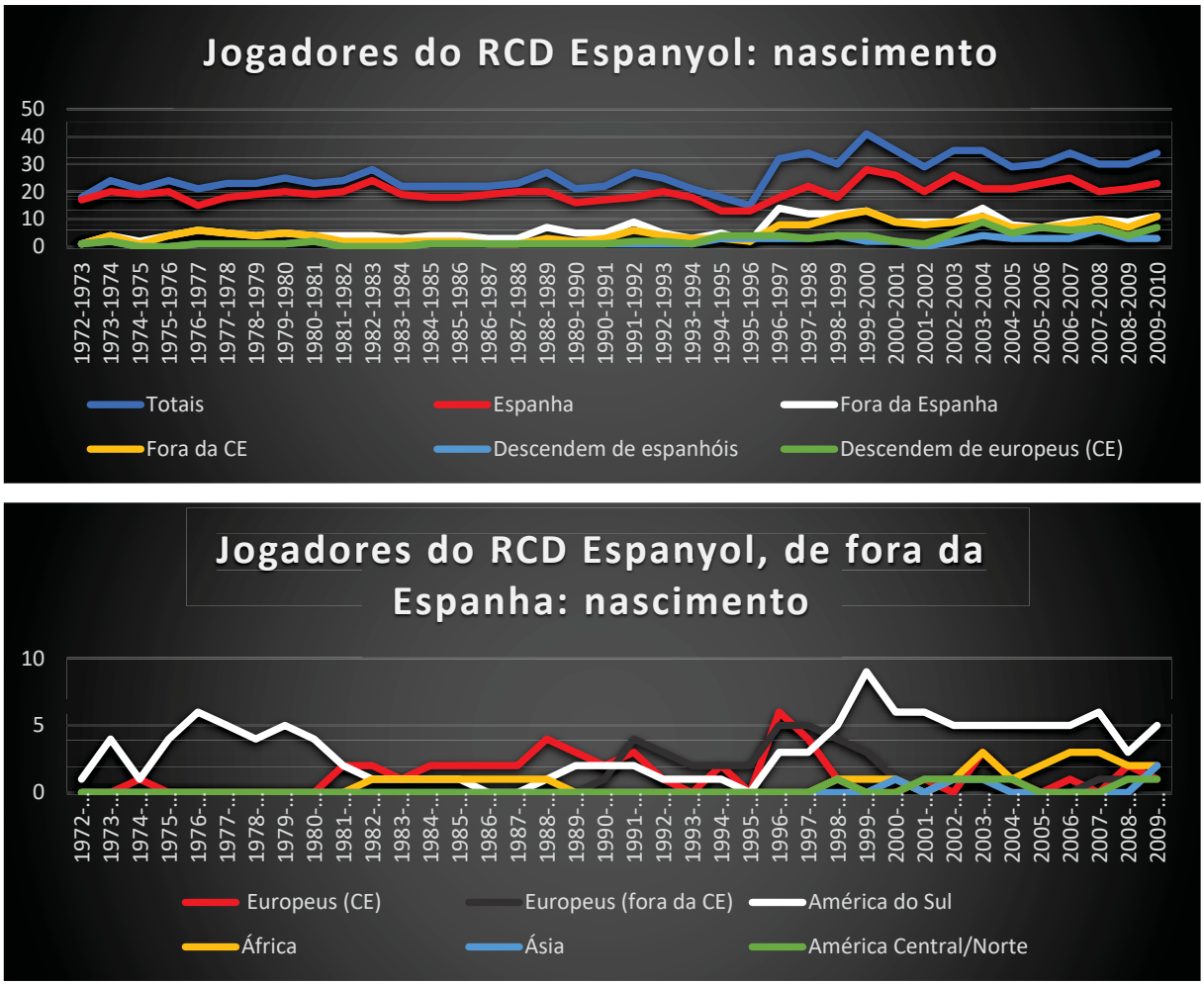
Fonte: diversos, elaboração própria (2018)[407].

De 1980 a 2010 o *RCD Espanyol* jogou em três estádios. Entre 1980 a 1997 se apresentava no *Estádio Sarriá*, estádio construído em 1923 pela família de La Riva (uma das famílias antigas formadoras do clube). Em 1997 (vendido o *Sarriá*), o clube passaria a jogar entre 1997-2009 no *Estádio Olímpico de Montjuíc*, estádio público reformado para as olimpíadas de Barcelona em 1992. Em 2009 o clube inauguraria seu novo estádio *Cornellá El Prat*, na divisa entre os municípios Cornellá e El Prat, vizinhos à Barcelona, cujo terreno seria comprado ainda como parte do dinheiro da venda do Sarriá.

No que diz respeito aos atletas, um panorama geral do clube (no período), nos oferece o seguinte quadro:

[407]Valores angariados de diferentes fontes, com destaque às edições do jornal *La Vanguardia*, e Palomares (2001). Alguns desses dados podem não ser exatos, de modo que se faz a ressalva que devam ser vistos mais como uma projeção.

Gráfico 4 - Jogadores do RCD Espanyol na globalização



Fonte: Transfermarkt, elaboração do autor (2019)[408].

Fim da era Méler: preocupação com um modelo sustentável e com a imagem do clube

Nos inícios da década de 1980, o Español era presidido por Manuel Méler Urchaga, um empresário (e advogado)[409] de Barcelona, proprietário de uma multinacional de tabacos, com negócios na Àsia. Méler (que também fora diretivo da federação espanhola de futebol), e a diretiva que assumiu o clube com ele (em 1970), marcaram o resgate do clube em um período narrado (pelos memorialistas) como de muitas dificuldades econômicas para o Español, embora com um ou outro resultado (ou campanha) memorável, na década de 1970 (PALOMARES,

[408]Alguns desses dados foram obtidos a partir de fontes diversas (em especial o *Transfermarkt*), que podem não ser tão exatos, de modo que se faz a ressalva que devam ser vistos mais como uma projeção.
[409]Segundo o professor e historiador Josep Maria Solé i Sabaté, Manuel Méler simpatizava com o nazismo na sua juventude, e por isso germanizara seu nome de Meler (significa mel em catalão) para Méler (com acento). Ele também faria parte dos quadros franquistas e participara do golpe de 1936, na Espanha.

2001; GONZÁLEZ, 2012; OLIVA, 2017). Considerada a permanência das dificuldades econômicas e dívidas, nos inícios de 1980, o presidente promovera excursões (Ásia ou América do Sul, por exemplo) e outras tentativas de gerar receitas a fim de cobrir suas dívidas (PALOMARES, 2001; OLIVA, 2017). Da última diretiva de Méler fariam parte vários nomes que já estavam na sua entrada, ainda em 1970 (ou já faziam parte dos círculos diretivos até antes, ou chegaram logo depois desta data)[410]. Méler e o seu círculo diretivo representavam no clube uma elite catalã, que pareciam fazer o clube funcionar a partir de muito esforço pessoal e possivelmente aportando dinheiro na entidade. Segundo González (2017) o *RCD Espanyol* se caracterizava historicamente como um clube de círculos diretivos mais fechados, e o poder parecia ser exercido numa espécie de partilha entre famílias, revezamento e preparação dos futuros dirigentes.

Ao fim da gestão de Méler, ainda, teria sido criado o primeiro departamento de comunicação de um clube de futebol na Espanha, destinado a gerir a imagem do clube profissionalmente, interna e externamente. Segundo Palomares (2001), o presidente havia chamado ele (o próprio Palomares, que já contribuía há muito tempo ativamente para o clube) para conduzir a criação do departamento. O filho de Palomares afirmaria que o memorialista seria contratado em regime profissional e remunerado, numa época em que apenas o futebol e a parte financeira do clube (no futebol espanhol) trabalhavam no referido regime (SEGURA, 2018)[411]. Seria uma inovação (e um reflexo já de *identidades ethos-trabalho*) vista como necessária no clube, pois previa-se que a "imagem" do clube, cada vez mais, seria um ativo valoroso no mundo do futebol (PALOMARES, 2001). Uma reportagem no *La Vanguardia* em 1981, Méler reiterava que o clube era gerido a partir de aportes de diretivos destacados, mas que com uma recente mudança no formato dos clubes (com sócios compromissários, e no formato de assembleia gerais mensais), teria que chegar a uma cifra de 20 mil sócios (o clube tinha 13 mil) para manter-se viável[412]. Este era um reflexo da *globalização*, e uma previsão já de que os clubes teriam que ser mais autônomos (em relação ao Estado ou aos "mecenas") dali

[410]Jose Maria Biescas, Francisco Sanchíz, Josep Grau, Antonio Baró Armengol, Carles Carenzi, Lluís Azemar, Eugeni Llarás, César Perez-Pardo, Antoni Riera Parellada, Ferran Martorell, Antoni de Barnolla, R.García, Isidres Oliveras de la Riva, Josep Baranera, Santiago Oller, Manuel López Peinado, J.M. Armillas, Carles Tarrruela, e Casimiro Rieracomo. Biescas, Sanchíz, Grau, Carenzi, Azemar e Armengol, entrariam logo após 1970.

[411]Segundo o próprio Palomares (2001) embora ele acabasse aceitando o convite, afirma que sabia que a relação seria mais de ajuda do que de profissionalismo, já que por essa época a finança dos clubes (sobretudo da dimensão do Espanyol) seria, muitas vezes, bancada do bolso do dirigente, e este (para cortar custos) preferia muitas vezes "fazer o trabalho", ou convocar pessoas que dispostas a mais ajudar do que ser pagas por isso.

[412]Cf. La Vanguardia, 7 mar. 1981, pg 40.

em diante, e isso repercutiria da identidade do clube, que se abriria mais à *catalanidade* para reforçar sua base de sustentação.

O departamento de comunicação acabaria cuidando da relação do clube com as suas *penyes* também, as quais (facilitadas naquele contexto de abertura) passariam cada vez mais a multiplicar-se e se fazer protagonistas na vida política e social do clube, inclusive dando origem a uma das mais conhecidas do clube no decorrer da década: a penya/grada *Juvenil* (falaremos mais sobre ela adiante). A federação de *penyes* do clube (um organismo administrativo que promove a articulação entre as *penyes* e o clube) surgiria apenas em 1992.

Copa de 1982 e abertura na Espanha: chega um "novo torcer" no *Sarriá* ampliado

Nesta época, por ocasião da Copa do Mundo de 1982 na Espanha[413], o presidente Méler também teria aproveitado para terminar a ampliação e reformar o *Estádio do Sarriá*, e isso acabaria gerando mais dívidas para o clube, que já estava bem endividado (assim como aconteceu em outros clubes na Espanha). Na busca de gerar receitas para a instituição, a sua gestão promoveu a comercialização de um setor adjacente às tribunas no estádio (ao lado do espaço dos diretivos) chamado "Cinco Estrellas", agregando vários serviços e formas de conforto: era um espaço para ser vendido para compra ou aluguel de sócios mais privilegiados economicamente (PALOMARES, 2001). A iniciativa teria obtido bons resultados e continuada na gestão seguinte.

Nas ampliações, para receber jogos da Copa do Mundo de 1982, houve a construção de um segundo nível nas arquibancadas laterais e tribunas, além da remodelagem das arquibancadas do "gol norte", e uma ampla reforma e modernização em todo o estádio chegando este a alcançar a capacidade de 50 mil pessoas (PALOMARES, 2001). A partir daí, ganharia a alcunha popular de *la nova Bombonera*, pela proximidade das arquibancadas e sua inclinação em relação ao campo de jogo, nome o qual gostava de chamar o presidente Manuel Méler (1970-1982) e possivelmente tenha sido propagado por ele. Alguns torcedores do clube, entretanto, gostavam de chamar-lhe "pequeno Bernabéu". Adiante uma foto do Estádio após as obras para a Copa do mundo de 1982:

[413]O Estádio do Sarriá acabou realizando partidas importantes naquele mundial, envolvendo as seleções do Brasil, Argentina e Itália.

Figura 26 - Estádio Sarriá após as obras para a Copa do mundo de 1982

Fonte: Canóvas & Malagarriga (2009); Site La Soga (2017).

Palomares (2001) destaca que, por essa época, a principal fonte de receita do clube eram já as mensalidades dos sócios e as entradas avulsas vendidas em dias de jogos (em que pese o "mecenato" dos dirigentes). Os sócios, por essa época (1980/1981), giravam em torno de 13 mil (o quadro social do clube vinha caindo, desde 18 mil sócios em 1975 por causa de resultados em campo), e tinha-se (nos inícios de 1980) cerca de 30 *penyes*. O memorialista Xavier Hierro (2017), destacou que apesar do aumento do campo do *Sarriá*, o clube não chegou a atingir nunca uma marca de mais de 20 mil sócios enquanto lá esteve. Isso refletiria que quando havia confronto com equipes como o *Betis*, *Sevilha*, *Real Madri FC Barcelona*, a maioria no estádio às vezes era do adversário. Relembrou que quando começou a frequentar o estádio (*Sarriá*, em fins de 1970), o valor dos ingressos era mais acessível (seria o equivalente a menos de € 5; quando estive em Barcelona o preço era algo em torno de € 30/40 para um jogo avulso, embora em jogos de mais apelo, como contra o *FC Barcelona*, os lugares mais baratos custavam em torno de € 90). Sobre os tempos do *Sarriá* Xavier recordou:

> Recuerdo este campo que en principio no tenía vallas entre el público y el terreno de juego. En la zona de los goles, los espectadores estábamos de pié. Cuando había un partido importante, era habitual ir dos horas antes al campo para poder tener un localidad aceptable. En aquellos tiempos el merchandising era mínimo. Había unos pequeños tenderetes fuera del campo donde se vendían bufandas y gorros pero fuera de toda normativa (XAVIER, 2017)[414].
>
> Hay que resaltar que en aquellos primeros tiempos de Sarrià, habían pocos niños y poquísimas mujeres, veíamos los partidos de pié y había que ir con tiempo de antelación para escoger sitio, ya que no había localidad fija. En aquella época no era habitual llevar camisetas del equipo. Como mucho alguien tenía una bufanda tejida

[414]"Lembro-me deste campo que, em princípio, não tinha separação entre o público e o campo de jogo. Na área de gols, os espectadores estavam em pé. Quando havia uma partida importante, era comum ir duas horas antes ao campo para ter um lugar aceitável. Naquela época, o merchandising era mínimo. Havia algumas pequenas barracas fora do campo onde eram vendidos cachecóis e gorros, mas fora de todos os padrões.".

> por su abuela o un gorro de lana que se vendía en unas pequeñas casetas en los alrededores del campo (XAVIER, 2017)[415].

Ao longo da década de 1980, o *Sarriá* acompanharia o surgimento de *gradas de animación* ou torcedores *ultras*, seguindo uma tendência geral na Espanha de mimetismo das torcidas (*hooligan, ultra,* a *tatan army,* e *torcidas organizadas*) mais carnavalizadas na forma de aficionar, sobretudo influenciadas no encontro com outras torcidas na Copa do Mundo da Espanha de 1982. Essas formas *ultras* refletiam também uma complexa reconfiguração e hibridação identitária mais ampla, associando-se às tribos urbanas e ideais políticos (na maioria das vezes superficial). No caso do Español surgiria de forma pioneira, ainda em 1981, a *Penya Españolista Juvenil*, sob a liderança de Carles de Castillo, constituída por jovens estudantes, muito inspirada pelo modelo barulhento e colorido dos *ultras* italianos (SPAAIJ, 2006), e passariam a animar a equipe de uma forma organizada a partir das arquibancadas do *gol sur* do *Sarriá* (PALOMARES, 2001), onde já estavam antes as *penyes Manigua* e *Los Incansables*. Palomares destaca que a *Juvenil* desempenhou um papel fundamental na promoção do clube entre os jovens, rejuvenescendo o quadro social da instituição. Nos inícios, a *Juvenil* contava com apoio diretivo (ganharam uma sede no *Sarriá* e teriam subsídios financeiros), e logo chegariam a 800 pessoas, tendo um carnê de sócio próprio para menores de dezoito anos a preços reduzidos, e promoveria apoio também à seção de basquete do clube (naquela época existente). A *Juvenil* seria também pioneira em introduzir no *Sarriá* elementos pirotécnicos, bandeiras de grandes dimensões e realizar viagens para ver a equipe de forma mais regular (VIÑAS, 2005).

O memorialista Xavier Ruiz Hierro (2017) destacou, também, a *Penya Universitaria* como grupo pioneiro organizado para animar a equipe na década de 1980. Antes destes grupos, segundo ele, quem animava a equipe eram algumas *penyes* do clube que levavam faixa e "puxavam" alguns cantos. O periodista Hector Oliva (2017), por sua vez, destacou que torcer pelo clube no *Sarriá* era muito divertido, porque a torcida ficava muito próxima ao campo. O Sr Roig lembrou que o torcer no *Sarriá* era "diferente", era a "bombonera". Também que seria muito mais fácil se deslocar até o *Sarriá*, ao contrário do novo estádio que o clube inauguraria décadas depois, em *Cornellá El Prat* (terminado em 2009).

---

[415]"Deve-se notar que naqueles primeiros dias de Sarrià, havia poucas crianças e muito poucas mulheres, assistíamos os jogos em pé e tinha que chegar cedo, para escolher um lugar, já que não havia localização fixa. Naquela época, não era comum usar camisas da equipe. No máximo alguém tinha um cachecol tricotado por sua avó ou um gorro de lã que era vendido em pequenas cabanas ao redor do campo.".

Ao longo dos anos a *Juvenil* se caracterizaria como um grupo que rejeitaria a violência e buscaria apenas animar a equipe sem demonstrar "vinculações políticas". Entretanto, ainda nos inícios de 1980, alguns aficionados do clube sentiam falta de uma proposta do torcer organizado mais afinada ao *hooliganismo* e que seria "mais animada", em relação à *Juvenil*. Foi a partir daí, com alguns componentes saídos da *Juvenil*, que surgiriam os grupos *Eagle Korps* e logo depois as chamadas *Brigadas Blanquiazules* (*BB*), em 1984-85. A orientação desses grupos seria de extrema direita espanhola, também situados no *gol sur* do *Sarriá*.

Armengol: mais abertura, catalanidade, *consumo* e otimismo

Em junho 1982, Antonio Baró Armengol (como candidato único) seria proclamado presidente do clube. Um dos seus vice-presidentes seria Ferran Martorell, figura de família antiga na história do clube e que (tal como Baró) também estava na diretiva anterior de Méler. Planejava-se que este seria o sucessor de Baró, futuramente. Baró fazia parte da diretiva de Méler, havia 10 anos antes de ascender como presidente (OLIVA, 2017), graduara-se na *Universidade de Barcelona* como advogado, com especialização no setor mercantil. Teria aberto um escritório em Barcelona ao fim da década de 1950, e ali seu negócio crescera bastante. Na saída de Manuel Méler (que partia por problemas de saúde), este recebeu homenagens, sendo destacado como aquele que, enfim, teria terminado (ampliado) o estádio com as reformas para a Copa de 1982, e conseguiu a manutenção da "sobrevivência" clube (PALOMARES, 2001). A situação do clube, desportivamente, parecia percebida pela sua comunidade como regular, naquele momento (OLIVA, 2017). Palomares (2001), diz que Baró (antes do pleito) havia feito várias consultas entre sócios, *penyes*, amigos e periodistas, e que ele afirmava que se aparecesse outro candidato daria lugar ao cargo e permaneceria como um colaborador leal. Ao que parece, portanto, fora uma aclamação tranquila, e Antoni Baró Armengol parecia figurar como uma transição combinada (mesmo porque já era preparado como um sucessor de Méler), eleito sem "bate chapa", e muitos dos diretivos que acompanhavam a gestão Méler (desde os inícios de 1970) estariam com Armengol[416], embora aparecesse uma ou outra figura nova (PALOMARES, 2001). Nessa perspectiva, Baró

[416]Como Josep Grau, Carles Carenzi, Lluís Azemar, Eugeni Llarás, Antoni Riera Parellada, Antoni de Barnolla, Isidres Oliveras de la Riva, Josep Baranera, Santiago Oller, Manuel López Peinado, Carles Tarrruela, e Casimiro Riera e o próprio Segura Palomares, no recém criado profissional Departamento de Comunicação. Entre os nomes novos destacam-se: Armando Rojas, Vicente Peris (vice-presidente da área econômica), Armando Rojas, Francesc Lassús, Carles Puig, Alex Vidal Ribas, Luís Miravitlles, Rafael García e Claudio Biern (uma figura que vinha do mundo do ascendente mundo do entretenimento e das mídias).

significava uma inflexão, mas seguiria na linha do modelo iniciado por Méler, de um clube que buscava/necessitava um modelo sustentável, e que otimizava sua capacidade de *consumo* entre os torcedores. É nessa direção que buscava abrir-se mais à sociedade local e incorporar mais a catalanidade, esta que vivia um processo de fortalecimento no pós-franquismo.

A partir das nossas fontes, a impressão que se teve (e é o que afirma Palomares, por exemplo) foi que o círculo diretivo da gestão de Baró (em relação ao de Méler) tinha pretensões de pensar e promover o clube a uma posição mais protagonista, social e desportivamente, no cenário espanhol e europeu. Oliva, por exemplo, afirma que com ele chegaram "...ciertos aires de renovación" e "ganas de cosas nuevas" (2017:86)[417]. Isso parece ser refletido, por exemplo, inclusive pela criação de um novo hino e políticas agressivas de conquista de sócios e desenvolvimento das categorias de base do clube. O próprio Baró foi um dos impulsores da criação da *Liga de Fútbol Profesional*, em 1983, ascendendo à presidência desta em 1984 (também seria vice-presidente da *Federación Española de Fútbol*[418]), e deixando apenas em 2001 (ocasião do seu falecimento).

Assim, decidiu-se modificar o hino em 1983, com a entrada de Baró. Um dos motivos seria de que, naquela pretensão de crescimento, o hino de 1975 parecia exprimir ainda uma consagração incondicional de limitação do clube (que incomodaria a diretiva e muito sócios), por exemplo, através dos versos: "... Somos entre los grandes / Siempre el más modesto / Nos corresponde este puesto / Y orgullosos de ello hemos de estar" (PALOMARES, 2001: 344). O hino de 1983, tal como o anterior (de 1975), seria dividido em duas partes, uma em espanhol e outra em catalão. Isto porque a maioria dos sócios queria que o clube fosse bilíngue e, além disso, segundo pesquisa realizada pelo clube, 80 % dos sócios seriam (naquele momento) de proveniência catalã (PALOMARES, 2001). Em termos de letra, o novo hino não proclamava uma existência "modesta" do clube. Também, ao contrário do anterior, explicitava ser o Español um clube *real*, mas *real* como adjetivo de ser *nobre* (talvez numa busca de desvencilhar-se mais da significação centralista ao Estado espanhol, que o termo poderia conotar). Outro verso que chama a atenção, é "*el deporte es tu único objetivo*", ao que parece reforçando (mais uma vez) a alteridade ao rival da cidade *FC Barcelona*, numa ideia de que o clube *perico* não era um espaço de se "fazer política", mas de esportes apenas. Aliás, um dos memorialistas do *Espanyol*, Enric González, faz uma autocrítica ao papel adotado pelo clube na transição do franquismo a um regime democrático, quando o *FC Barcelona* teria, segundo ele, "inventado" uma tradição

[417]"Certos ares de renovação e vontade de coisas novas.".
[418]Cf. Mundo Deportivo, 12 fev. 2001, pg 19.

de *catalanidade* e heroísmo contra o franquismo, enquanto que o *Espanyol* teria permanecido na afirmação ingênua que era somente um clube esportivo, consagrado pelo referido verso do hino de 1983, em que o clube se afirmava somente como um clube desportivo:

> Cuando el Barça se autoproclamó ´más que un club`, el Español anunció desde su himno que era ´solo un club deportivo` con ´el deporte como único objetivo`. Santa inocencia. Cuando se habla de fútbol profesional nunca se habla solo de deporte. (GONZALEZ, 2012:47)[419].

Por outro lado, é possível vislumbrar uma nova inflexão do clube (ainda mais clara) na associação com a *catalanidade*, no hino de 1983 a partir do verso "*Ets la pagina més neta de la historia de l´esport que has ennoblit pertot arreu...*"("És a página mais limpa da história do esporte que enobreceu por todo seu redor..."). O hino também fala de glória, magia e protagonismo no *Sarriá*, tal como já figurava no hino de 1975, até então um símbolo que inspiraria forte de identificação. Segundo Palomares (2001), o hino de 1983 foi bem aceito nos círculos do clube (entre diretivos, sócios e penyes), como o hino oficial e, às vezes, se cantava o anterior junto com o novo. Abaixo segue o hino do clube de 1983:

Hino de 1983

¡Real Club Deportivo Español! ¡Español!
Real eres, (*Real és*)
Tú nobleza justifica el adjetivo (*Tua nobreza justifica o adjetivo*).
Eres club (*És o clube*),
a pesar de tu grandeza, solo un club (*a pesar da tua grandeza, só um clube*)
Deportivo, deporte es tu único objetivo
(Esportivo, esporte é seu único objetivo).
I Espanyol, Espanyol,
És el nombre que se hace grito y te da ayuda
(*É o nome que se grita e se apoia*),
Español sempre endavant! (*Español, sempre em frente*).
Per cantar la teva glòria, (*para cantar tua glória*)
afinem ben bé la veu, (*afinamos muito bem a voz*)
Que ets la pàgina més neta de la història (*que és a página mais limpa da história*)
De l'esport, que has ennoblit per tot arreu. (*Do esporte que você enobreceu por todo redor*)
Campeón del señorío, (*Campeão da distinção*)
con leal rivalidad (*com rivalidade leal*)
tú te impones ante cada desafío (*te impõe em cada desafio*)
ser señor con tu rival en Sarrià. (*ser distinto com teu rival no Sarrià*)

Composição: Carles Laporta
Letra: Isidro Sol

Fonte: Palomares (2011).

Por essa época (1982-1983), e nesse clima de mudanças, a marca catalã *Meyba* (surgida em 1940*)* também seria contratada para fabricação do uniforme. *Meyba* seria a primeira marca esportiva do clube, que naquela época também patrocinava o *FC Barcelona* e o *Atlético*

[419]"Quando o Barça se autoproclamou "mais do que um clube", o Español anunciou, por meio de seu hino, que era apenas um clube esportivo com "o esporte como único objetivo". Santa inocência. Quando você fala de futebol profissional, nunca fala apenas de esportes.".

de Madri. Mas já no ano seguinte houve a troca para a marca (também catalã) *Massana*, que ficaria no clube entre 1984 e 1994[420].

Figura 27 - Primeiras camisas com fabricação esportiva local: Meyba e Massana

Fonte: Camisetas Sport Club (2019).

No que diz respeito às políticas de aumento da sua massa social, o clube inovava em campanhas para conquistar sócios, num momento em que as mensalidades dos sócios e os ingressos nos estádios (em dias de jogos), eram vistos no clube como a principal fonte de receita, já que outras fontes de receitas (como a das TVs ou advindas da publicidade) ainda eram escassas (contabilizadas como "ingresos atípicos"), e o clube planejava mudar o modelo pautado no "mecenato". Entre as citadas inovações propagandísticas (lembre-se que o clube já tinha um departamento de comunicação profissional), poderiam ser citadas, por exemplo, campanhas publicitárias nas ruas de Barcelona e comarcas adjacentes, com os dizeres "Hazte Socio/Fes-te´n soci" ("Seja sócio") e "Ven a Sarriá" ("Venha pro Sarriá"); pela criação de um *stand* no Salão Anual da Infância e Juventude de Barcelona, visando atrair o público infantil; pela promoção de um ônibus de dois andares pintado com as cores e nome do clube, além dos dizeres "Fes-te´n soci", logo apelidado de *Pericobús*; e por uma maior promoção do *periquito* como mascote nessas campanhas:

[420]No La Vanguardia de 11 de julho de 1983, uma reportagem anunciava que o clube iria ser patrocinado pela Adidas (da Espanha), que forneceria materiais e pagaria uma dada quantidade, findo o contrato com a Meyba, mas o acordo parece não ter se realizado. Cf. La Vanguardia, 11 jul. 1983, pg 22.

Figura 28 - Campanha Fes-te´n soci e o Pericobús

Fonte: Palomares (2001).

Foram também realizadas outras medidas para atrair sócios nessa época: a criação de uma central na cidade de Barcelona para atender os sócios interessados, além de propagandas em periódicos, rádios, TVs e chamadas telefônicas; e inclusive a apresentação de uma peça de teatro, *La Venganza del Medo*, protagonizado por atletas do clube e com a participação especial de Maradona (que então jogava no *FC Barcelona*) em um teatro de Barcelona, num evento que obteve boa repercussão. Palomares (2001) destaca também que Baró tinha uma percepção de que o crescimento social do clube em Barcelona se daria em um ambiente extremamente hostil, e de hegemonia do *FC Barcelona*, e portanto repetiria sempre a frase "Si hay que hacer títeres para ganhar um sócio, haré títeres..." (algo como, "farei o que seja necessário para conseguir sócios"), uma frase que poderia ser vista como a filosofia geral da sua gestão. Em 1983, o clube contaria já com 48 *penyes* (número que representava grande crescimento uma vez que em 1980-81 o clube teria 30), e em 1987 o clube atingiria a marca de aproximadamente 18 mil sócios (PALOMARES, 2001) acompanhando o período esportivo descrito por Oliva (2017:90) como "uma de las mejores temporadas de la história" com boa colocação entre os primeiros na *Liga* temporada 1986-1987, e consequente classificação excepcional para a *Copa UEFA*.

A gestão de Baró também promoveu ações claras no sentido de valorizar jogadores da categoria de base do clube (embora isso já tivesse se iniciado com Méler). Não se encontrou alusão explícita de que isso aconteceu por motivos econômicos, para reduzir (por exemplo) investimentos na compra de jogadores ou para vendê-los com melhor margem de lucro, embora pareça lógico acreditar que sim. O que Palomares (2001) destaca é que, investir nas categorias de base representava a evocação do sentimento do clube e de um "fincar" mais efetivo de raízes em Barcelona e na Catalunha, inclusive através da distribuição de adesivos pra carro com os

dizeres "*Jo cantera*" (Algo como “eu e a base”), campanha abraçada pelos sócios e pelo *penystas*, que cresciam cada vez mais nesse período.

Figura 29 - Adesivo “Jo Cantera”

Fonte: Palomares (2001).

No plano esportivo, a gestão de Méler tinha contado com os serviços do treinador Maguregui. A gestão Baró contrataria Azkargorta e depois Javier Clemente (uma contratação de impacto, pois teria sido bicampeão da *Liga* com o Athletic Bilbao, entre 1982 e 1984), também treinadores bascos. Oliva (2017) afirma que por essa época os treinadores bascos estavam em alta na Espanha, pelas vitórias de *Real Sociedad* e *Athletic Bilbao* no campeonato nacional (a *Liga,* nos inícios da década de 1980), e seriam conhecidos por serem pragmáticos e por armarem boas defesas, tendência do futebol de então. Azkargota e depois Clemente[421], que os substituiu, teriam o desafio de promover jogadores da “*cantera”* e mesclá-los com contratações efetuadas pelo o clube (como a contratação de impacto do goleiro, da seleção camaronesa, N´Kono, que se transformaria em um grande ídolo no clube), formando equipes vencedoras e recuperando um suposto “espírito copeiro” histórico do clube. Clemente, com sua personalidade forte, teria conseguido impor uma nova mentalidade ganhadora no clube[422], segundo Oliva (2017). Por fim, o projeto de certa forma se concretizou, uma vez que o clube teria revelado muito jogadores e inclusive chegou a final de uma competição europeia pela primeira vez na sua história, a Copa UEFA em 1987-88. Nesse sentido Hierro (2017), rememorou esse momento como de “modernização” do clube:

> Podemos decir que este Presidente modernizó el club. El anterior presidente Manuel Meler solía fichar jugadores de Paraguay que salían baratos y daban bastante buen resultado, pero Antoni Baró apostó por fichar a Thomas N´Kono, portero camerunés que justo acababa de jugar el Mundial-82. Este fichaje generó ilusión. Llegó a contratar de entrenador a Javier Clemente, que había ganado dos ligas con el Ath.Bilbao y eso hizo que se apuntaran nuevos socios. Durante su mandato quizá el hecho más importante es que se dobló el número de socios. Llegando alrededor de los 20.000. La cifra más alta en la historia en [Estadio] Sarrià. Hizo una moderna campaña

[421]Segundo Oliva (2017:89), Clemente teria conquistado pelo Athletic de Bilbao duas ligas e uma Copa do Rei, e tinha uma personalidade forte.

[422]Palomares (2001:366) faz alusão a uma história que Clemente havia lhe contado, segundo a qual um homem importante do Espanyol, que não era jogador, ao encontrar-lhe no vestiário pela primeira vez teria lhe dito “Tranquilo, mister, que aqui, com no bajar a Segunda, no passa nada” algo como “ Tranquilo técnico, aqui o importante é não cair pra segunda divisão.”.

> llamada "Fes-te´n soci" (hazte socio), y se consiguió llegar a una final de UEFA en 1988 (HIERRO, 2017)[423].

Em termos de patrimônio, o clube (conforme já destacado), promoveria a ampliação do *Estádio Sarriá*, incluindo nessa reforma espaços para administração do clube e atendimento ao público, e uma loja. Em 1985, o clube promoveria a compra de terrenos adjacentes e a remodelação do entorno do *Sarriá*, construindo um campo de treinamentos, denominado "La chatarra". Também por essa época, o clube adquiriria uma equipe de vôlei (até 1993-1994) e tal como sua equipe de basquete (a qual venderia sua "licença" na liga, para outra equipe em 1987) obteria êxitos importantes nas competições esportivas, ocorrendo um "*revival* blanquiazul em los pabellones polideportivos"[424] (OLIVA, 2017), mas o clube não conseguiria mantê-las, devido dificuldades econômicas para sustentá-las.

Em termos esportivos, na primeira gestão de Baró, clube não teve grandes surpresas positivas ou negativas. Essa é, pelo menos, a leitura do memorialista Hector Oliva, que chama aquele período de "Los años tranquilos":

> No hubo apuros, no hubo dramas, pero tampoco grandes temporadas ni participaciones europeas, y el RCDE se mantuvo siempre en la zona templana de la tabla: nunca se acabó la temporada más arriba del octavo puesto ni por debajo del decimocuarto (OLIVA, 2017:81)[425].

Ascendem as *Brigadas Blanquiazules*: mais que *fundamentalismo*, *identidades híbridas*

As *Brigadas Blanquiazules* (*BB*) surgiam em 1984-85 como outra opção no *Espanyol* do "novo" torcer (influenciado além dos *ultras*, pelo *hooliganismo* inglês), associado as subculturas urbanas de Barcelona, ligações (informais) com a direita espanhola e europeia[426], oposição ao *catalanismo* separatista dos *Boixo Nois*, mas também a um comportamento abertamente agressivo que queria "ser visto" e almejava status. Portanto, seria errôneo percebê-

---

[423]"Podemos dizer que este presidente modernizou o clube. O ex-presidente Manuel Meler costumava contratar jogadores do Paraguai que saíam barato e davam bons resultados, mas Antoni Baró optou por contratar Thomas N'Kono, goleiro camaronês que havia acabado de disputar o Mundial-82. Esta contratação gerou animação. Javier Clemente, que venceu duas ligas com o Athletic Bilbao, foi contratado como treinador e isso levou à aquisição de novos sócios. Durante o seu mandato, talvez, o fato mais importante é que o número de sócios duplicou. Chegando em torno de 20.000. O maior número da história em [Estádio] Sarrià. Ele fez uma campanha moderna chamada "Fes-te'n soci" (torne-se membro) e conseguiu chegar à final da UEFA em 1988.".

[424]"...revitalização do Español na área poliesportiva.". Vale lembrar que na gestão Méler (1970/1982) o clube havia "cortado" as seções poliesportivas por dificuldades econômicas.

[425]"Não houve dificuldades, não houve dramas, mas nem grandes temporadas ou participações européia, e o RCD Espanyol esteve sempre na zona média da tabela: nas temporadas nunca terminou acima do oitavo lugar ou abaixo do décimo quarto.".

[426]A ideologia de extrema direita viria mais da subcultura citadina (tribos urbanas e concertos musicais) e seria superficial, haja vista que as formações de extrema direita na como as "Juntas Españolas", a "Frente Nacional" e o "Círculo Español De Amigos De Europa" (CEDADE) não queria skins e grupos ultras nos seus quadros.

los apenas dentro das *identidades fundamentalistas* (que não aceitam diferença), pois a violência também era fruto de *atomização* e vontade de um status pela "imagem agressiva". Expressavam-se, praticando por vezes atos violentos (ou racistas, como criticar a contratação de atletas negros[427]), para além dos jogos, e logo adotariam a estética *skin*, em ascensão na Espanha. Segundo Casals (1997) os *Brigadas* refletiam uma complexa expressão identitária jovem que se formava na fronteira entre o campo político e o esportivo (periferia política), em meio à reconfiguração, mas também de enfraquecimento, da *ultradireita espanhola*. Seus elementos de coesão seriam a lealdade, uma espécie de "neo-fascismo", nacionalismo espanhol, atitudes ilícitas (violência e roubos) exibição de masculinidade, rejeição de drogas, e demandas de pertencimento jovem que colocavam a estética a frente da ideologia (muitas vezes conhecida superficialmente). Destaca-se que dentro da massa social do *Espanyol*, naquela época, eram um grupo minoritário, e mais de classe média: surgiram com um núcleo de 80 pessoas e não tiveram apoio da diretiva do clube, que apoiava a *Juvenil*, e não queria outro grupo de animação (VIÑAS, 2005).

Surgiam, naquele momento também, como contraponto os *Boixos Nois*, (que teriam um histórico de agressões contra a *Juvenil*), grupo os quais passariam a ter enfrentamentos na cidade de Barcelona (desde 1986, chamados pelos *Brigadas Blanquiazules* de "peste culé"). Mas não seriam anti-catalães (seriam orgulhosos da Catalunha) e sim anti-separatistas (SPAAIJ, 2006). Nesta época, os *Boixos Nois* eram um grupo torcedor organizado ligados à esquerda nacionalista catalã separatista, mas em um processo de transição, no qual iriam adotar a estética *skin,* uma inspiração mais *hooligan*, e logo uma ruptura que consagraria entre eles mais o nacionalismo extremista catalão de direita separatista. O símbolo de identificação das *Brigadas Blanquiazules,* desde o início, seria a caveira SS nazista. Viñas também destaca que segundo um informe policial da época, as *Brigadas Blanquiazules* eram um grupo extremamente violento, tornando-se composto por jovens estudantes e trabalhadores, de marcado caráter ultradireitista, que descendiam, na sua maioria, de famílias emigrantes andaluzas, castelhanas e da Estremadura, que haviam chegado a Catalunha em tempos recentes (VIÑAS, 2005). Um dos seus membros afirmaria que os *periquitos* (torcedores do *Espanyol*) eram "raros" (estranhos) na Catalunha por quererem demonstrar ambos: os orgulhos catalão e espanhol ao mesmo tempo, e assim queriam ser aceitos pela sociedade catalã. Entre 1980 e 1990 as *Brigadas*

[427]Já em fins dos anos 1990 ficariam notabilizados por um canto racista, algo como: "Não queremos jogadores negros, preferimos Tamudo porque é branco e espanhol" (SPAAIJ, 2006).

Blanquiazules se fariam presentes em eventos políticos do nacionalismo catalão, provocando agressões contra os catalanistas.

Mas as *Brigadas Blanquiazules* logo seriam malvistas pela própria torcida do *Espanyol*, e pela sua diretiva, pelos episódios violentos que cometiam. Assim a diretiva os segregaria no *gol sur*, colocando grades de separação com outros grupos de animação no mesmo espaço.

Por outro lado, as *Brigadas Blanquiazules* logo cresceriam atingindo cerca de 300 integrantes, beneficiados por um período positivo desportivamente (que o clube jogou fora da Espanha) e de ascensão do fenômeno *skin* na Espanha e na Europa (inclusive midiaticamente). As *Brigadas Blanquiazules,* então, passaram a destacar mais a sua definição política e carregar com mais frequência símbolos fascistas, aliado a um discurso muito afinado com o nazifascismo, se transformando na Espanha em uma das referências da extrema direita no futebol. Ao longo daqueles anos, a cidade de Barcelona e adjacências, seriam divididas em áreas de influência (e disputa) entre as *Brigadas Blanquiazules* e os *Boixo Nois*. Isso também aconteceria com *pubs*, casas noturnas e ruas, havendo também outros grupos, dentro e fora do futebol, dentro desse circuito (SPAAIJ, 2006).

Ao final de 1987-1988 a *Penya Juvenil* se dissolveria, e as *Brigadas Blanquiazules* ficariam como único grupo de animação do *gol sur* do *Sarriá*, tornando-se mais forte. Segundo Viñas, a causa da dissolução se deviam as atividades cada vez mais escassas da *penya*, somada a problemas de gestão econômica e a morte de seu presidente em 1987 (por um acidente de moto). Por outro lado, as *Brigadas Blanquiazules* se fortaleciam, sendo um dos motivos o desejo, entre os que adentravam ao grupo, fazer frente aos *Boixos Nois* do *FC Barcelona* (VIÑAS, 2005). Também, por esse momento, desenvolveriam alianças com os *Ultras Sur* do *Real Madri*, por afinidades ideológicas (extrema direita espanhola).

Tradições de gestão questionadas, Baró aclamado e a "tragédia de Leverkussen"

> Recordo de una forma vaga, como si fuera un sueño, la prórroga, los penaltis, la derrota, los vítores alemanes, las lágrimas a mi alrededor, la salida silenciosa, el retorno gélido. Así concluyó mi luna de miel. Y así se abrió un agujero frío en el corazón de los pericos. Un agujero que hasta la fecha permanece abierto (GONZÁLEZ, 2012:56-57)[428].

[428]"Lembro-me vagamente, como se fosse um sonho, a extensão, as penalidades, a derrota, os gritos dos alemães, as lágrimas à minha volta, a saída silenciosa, o retorno frio. Foi assim que minha lua de mel terminou. E assim um buraco frio se abriu no coração dos periquitos. Um buraco que permanece aberto até hoje.".

O segundo mandato de Baró iniciaria na temporada 1986-1987. Ele novamente seria proclamado presidente, com um número recorde de firmas (cerca de quatro mil), mas após um processo conturbado de pré-eleições, quando os outros aspirantes a presidente também buscaram e reuniram firmas de sócios para se apresentar. Essa "pré-disputa" parecia refletir um pouco da abertura do clube, onde modelos de sucessão combinados já poderiam ser confrontados e questionados pela possibilidade de sociabilidades mais orgânicas, identidades *ethos-trabalho* e modelos de disputa pautado em méritos e opções da escolha, já protagonistas na sociedade catalã e espanhola que se integrava a *Comunidade Europeia* e ao movimento de *globalização*. De todo modo, não parecia haver nesse momento a leitura de que o clube necessitava de uma "revolução" no modelo de gestão proposto, mas sim a permanência (e destaque) daquela trajetória, em que o clube deveria lançar-se a um crescimento na Espanha e na Europa.

Neste período em diante, um fato ressoaria muito na história do clube e sua reconfiguração identitária: a referida *Copa UEFA* 1987-88, competição que o clube não teria muitas pretensões de passar da primeira fase (PALOMARES, 2001), mas acabou desenvolvendo uma trajetória vista como brilhante[429], segundo Palomares encantando a Catalunha, Espanha e a Europa.

Palomares (2001) destaca que o esforço na *Copa da UEFA* repercutiu em maus resultados nos jogos do clube na *Liga*, ano em que mais uma vez a equipe conseguiu se salvar de um descenso à segunda divisão, apenas nas últimas rodadas. Contudo, apesar dos esforços, o *Espanyol* acabaria perdendo também a final da UEFA, mas de forma trágica: o clube vencia por 3 a 0 no placar agregado até o início do segundo tempo, no jogo de volta na Alemanha, quando sofreu três gols e após prorrogação perderia a partida nos pênaltis. Essa menção foi mais ou menos comum na memória dos entrevistados, inclusive de que se o clube ganhasse esta final, poderia ter repercutido de forma significante e positiva no crescimento do *Espanyol* anos depois. Hector Oliva (2017) nominou o episódio, nos capítulos do seu livro sobre a história do clube, como *pesadilla de Leverkusen* ("Pesadelo de Leverkussen") e o período logo posterior como *Los peores años de nuestra vida* ("Os piores anos da nossa vida"):

> Leverkusen fue un punto de inflexión en nuestra historia. No sabemos qué habría ocurrido de haber ganado esa final, quizá nos habríamos convertido en un grande o

[429]O *RCD Espanyol*, naquela competição, eliminaria clubes de expressão e protagonistas na época, como o Milan e Inter de Milão, da Itália, e segundo Oliva (2017), a Copa UEFA era talvez mais difícil que a Copa de Campeões da Europa, vez que nesta (até então) só jogavam clubes campeões dos grandes campeonatos nacionais europeus, enquanto na Copa da UEFA jogavam vários clubes não campeões, mas muito fortes porque algumas ligas europeias eram muito competitivas.

> quizá habríamos regresado simplemente a nuestra zona de confort, pero sí sabemos lo que ocurrió tras perderla: el edificio se desmoronó, el club cayó bajo el llamado "síndrome de Leverkusen", la ilusión y la piña dieron paso al desencuentro y a la apatía, y así llegaron los descensos, las penurias económicas, las divisiones de las familias, los resquemores…Y tanto golpeó el síndrome que pronto empezó a hablarse de cambiar el nombre y hasta de la desaparición. La travesía del desierto fue larga y profunda, y habría de terminar con un par de paseos por Segunda División y, más adelante, con la aceptación irrenunciable del derribo de nuestro hogar futbolístico (OLIVA, 2017:97)[430].

Palomares (2001) também afirma que o período após essa final, o clube passaria a sofrer da *Síndrome de Leverkusen*, quando muitas coisas na sua história deram erradas e pareciam se relacionar com a derrota na UEFA "…el síndrome de Leverkusen empezaba a infectar el cuerpo social, colectiva e individualmente" (PALOMARES, 2001)[431]. Ainda Palomares:

> En Leverkusen se perdió algo más que una final. Supuso el hundimiento del edifício que Baró y sus directivos habían levantado en seis años de trabajo bien hecho, mientras Espanyol perdía una gran posibilidad de replantear, desde un ángulo histórico diferente, su futuro como club. A partir de entonces se rompió todo, y los acontecimientos se precipitaron hacia la catástrofe, que al fin se consumó (PALOMARES, 2001:421)[432].

Ao que pareceu o "trauma de Leverkusen", foi um golpe nas expectativas renovadas, e talvez entre os *periquitos* nos anos 1980, de que o clube poderia sim sonhar e superar a sombra histórica que lhe parecia impor o gigantismo do *FC Barcelona* na Catalunha, despontando na Espanha e na Europa. Ao fim daquela temporada a equipe sofreria, ainda, um "desmanche", inclusive perdendo dois jogadores centrais daquela campanha (Valverde e Soler) para o *FC Barcelona*, e na temporada seguinte não seria possível recompor uma base sólida para a equipe[433]. Neste cenário, Palomares (2001) relata que o próprio técnico Clemente já lhe parecia sem expectativas, conformista, e que a nova equipe não tinha garra. Clemente (já impopular

---

[430]"Leverkusen foi um ponto de viragem na nossa história. Não sabemos o que teria acontecido se tivéssemos vencido aquela final, talvez tivéssemos nos tornado um grande ou talvez simplesmente tivéssemos voltado à nossa zona de conforto, mas sabemos o que aconteceu depois de perdê-lo: o prédio desmoronou, o clube caiu sob a chamada ´Síndrome de Leverkusen´, a ilusão e o abacaxi deu lugar a incompreensão e apatia, e assim vieram os declínios, dificuldades econômicas, divisões familiares, ressentimentos...E atingiu tanto a síndrome que logo começou a falar sobre a mudança do nome e até o desaparecimento. A travessia do deserto foi longa e profunda, e terminaria com alguns passeios pela Segunda Divisão e, mais tarde, com a aceitação inabalável da demolição da nossa casa de futebol."

[431]"...a síndrome de Leverkusen começava a infectar o corpo social, coletiva e individualmente.".

[432]"Em Leverkusen, se perdeu mais do que uma final. Significou o colapso do prédio que Baró e seus diretores haviam construído em seis anos de trabalho duro, enquanto o Espanyol perdeu uma grande oportunidade de repensar, de um ângulo histórico diferente, seu futuro como clube. A partir de então tudo foi quebrado, e os acontecimentos correram para a catástrofe, que finalmente foi consumada."

[433]O ídolo e goleiro camaronês N´Kono ficaria na equipe, inclusive na ocasião do descenso para a 2ª divisão em 1989. Ele iria embora antes do início da temporada de 1990-91, por uma suposta melhor oferta de um clube francês, que não se concretizou.

entre a torcida, pois muitos lhe culpavam pela perda da UEFA) acabaria pedindo demissão e em seu lugar assumiria Pepe Mauri, até então secretário técnico da equipe. Ocorre que Mauri teria um problema de saúde menos de um mês depois de nomeado à frente da equipe, e teve de sair para cuidados médicos. Logo que retornou a equipe, houve problemas com o plantel para aceitá-lo: Mauri abriu mão do cargo, e os jogadores formaram um trio para comandar a equipe e tentar salvá-la, colocando-se outro técnico apenas figurativo e formal. Fora dos gramados, José Manuel Lara Hernández, um grande empresário em Barcelona (e na Espanha) do chamado *grupo Planeta*[434] e um torcedor respeitado nos círculos do clube (de uma das famílias antigas), oferecia grande prêmios por vitórias aos jogadores (OLIVA, 2017). Mas não adiantaria: a equipe acabaria sendo rebaixada para a segunda divisão ao final da temporada 1988-1989 (PALOMARES, 2001).

> Así, de una forma tan triste, terminaba un sueño que había situado al club entre los mejores de Europa. Consumada la tragedia, el proyecto Baró, como tantos otros en la historia del club, se diluía en el vacío de vestuario del visitante, en Es Fortí [Estádio do RCD. Mallorca], entre vapores de sudor, botellas de plástico, restas de vendas y esparadrapos, papeles y agua derramada por el suelo, que arrastraba más de una lágrima (PALOMARES, 2001:436)[435].

No desenrolar desse processo, o presidente, António Baró, passou a sofrer ataques de opositores, inclusive enfrentando-se com Ferran Martorell, seu antigo aliado e que ainda compunha a diretiva do clube junto com ele. Segundo González (2012) Fernando Martorell Oliveras *de la Riva* era membro de uma das famílias mais relevantes na história do clube, a qual teria impulsionado os inícios da instituição e inclusive promovido a construção do *Estádio Sarriá.* António Baró também seria criticado por exercer em paralelo a presidência da *Liga Profesional de Fútbol* (o que, segundo as críticas, lhe dispersaria a atenção na presidência do clube, além de lhe impor ter de dar o "exemplo" de não contratar jogadores fora do orçamento do clube, conforme defendia àquela entidade). Em suma, o clube iniciaria um processo de

---

[434]Lara Hernández fora um militar franquista que teria participado da Guerra Civil, inclusive na campanha sobre a Catalunha. Formaria o grupo Planeta, que passaria aos filhos, se tornando um império na Espanha, uma multinacional na editoria de livros e comunicação com a (periódicos, rádio, TVs e internet) com a Atresmedia (que possuiria dez cadeias de televisão, entre as quais a Antena 3 e La Sexta. Seria em 2018, o maior conglomerado editorial e de comunicação da Espanha, com presença em 20 países. Lara Bosch (seu filho, depois diretivo do Espanyol) também seria o maior acionista do Banco Sabadell (o 5º maior banco da Espanha em 2017), e se associaria com o PP (Partido Popular, conservador, nacionalista espanhol e de direita). Possuiria também o periódico La Razón e as cadeias de rádio Onda Cero, Europa FM e Onda Melodía, em 2013, e ajudaria a criar uma empresa aérea low cost em Barcelona, a Vueling (MAESTRE, 2013; SEVILLA, 2017; CORTÉS, 2018).

[435]Assim, de uma forma tão triste, terminou um sonho que colocou o clube entre os melhores da Europa. Terminada a tragédia, o projeto Baró, como tantos outros na história do clube, foi diluído no vazio do guarda-roupa do visitante, em Es Fortí [Estádio do RCD. Mallorca], entre vapores de suor, garrafas de plástico, subtração de ataduras e emplastros, papéis e água derramada no chão, que arrastou mais de uma lágrima

ruptura social grave, e um dos temas que voltava a aparecer na mídia (que já existia desde tempos remotos) era sobre a possível venda do *Estádio do Sarriá*, e a possibilidade de uma negociação com a prefeitura de Barcelona para ir jogar no *Estádio Montjuïc*, tema chamado por Palomares como o *fantasma de Montjuïc* (PALOMARES, 2001). Com o descenso do clube à segunda divisão efetivada ao final da temporada 1988-89, já no dia seguinte, a diretiva comandada por Armengol apresentaria demissão em bloco: ao que parece, o rebaixamento da equipe naquele momento, simbolizara uma grande vergonha e descrédito para aquela diretiva.

"Travessia do deserto": A *modernidade* equivocada de Padrós (1989-1993)

Em fins de 1989, o clube vivia um "terremoto" nos círculos diretivos. Com a demissão da diretiva de Baró Armengol assumiria o cargo Ferran Martorell[436], como "presidente acidental" (PALOMARES, 2001). Martorell, a despeito de ter se chocado publicamente com Baró, também vinha da diretiva Méler, e havia ascendido na diretoria do clube ao lado de Baró em 1983, sendo considerado o seu sucessor. Entretanto, Martorell acreditava que o perfil social do clube (famílias) não aceitaria a sua continuidade, pois ele estava muito associado a gestão rebaixada, a um projeto de um determinado grupo, somado (então) a um clima de grande descontentamento e "racha" social no clube. Por isso teria resolvido assumir apenas para que a Federação Catalã não nomeasse uma junta gestora[437] e com o objetivo de convocar o quanto antes a eleição (para tal, modificou-se os estatutos para convocá-la de forma adiantada), além de declarar que não iria participar do pleito.

A breve gestão de Martorell (que se encerrou ao fim do ano, no meio da temporada 1989-90) caracterizou-se por grande dificuldade, pelo descontentamento geral. Um dos episódios que atraiu mais críticas foi a demissão e o pago de onze milhões de pesetas (€ 66,1 mil) a Allan Harris, técnico contratado para a temporada de 1989-90, mesmo sem ele ter treinado a equipe: o motivo era que Harris havia sido segundo treinador no *FC Barcelona* (houve grande rejeição), e além disso muitos o criticavam como um técnico inglês que não reunia as condições de treinar um clube espanhol. Nessa época, também, o boato de uma possível venda de *Sarriá* e mudança a *Montjuïc* passaria a ser menos frequente, mas porque não

[436]Membro de uma das famílias mais relevantes da história do clube, cujo irmão, Alberto Martorell, havia sucedido o mítico goleiro do clube Ricardo Zamora (há um prêmio na Espanha para o melhor goleiro do campeonato, que leva o este nome) (GONZÁLEZ, 2012).

[437]Segundo Enric González (2012), naquele momento a Federação Catalã de Futebol estava em período eleitoral, de modo que era gerida pelo vice-presidente do *FC Barcelona*, Joan Gaspart.

seria interessante para a prefeitura de Barcelona entregar a uma equipe de 2ª divisão o Estádio Olímpico da cidade.

Os esforços no clube, e a expectativa na massa social (sócios, *penyes*, aficionados) central, era o retorno a primeira divisão, e assim o clube lançaria uma campanha para animar a todos nessa direção, com os seguintes dizeres "Ara és el moment" ("Agora é a hora"). Esta campanha também refletia a ideia proveniente do clube de que se persistia na existência e em uma inserção protagonista do clube na sociedade barcelonesa e catalã, apesar daqueles percalços.

Em meio aquele clima de comoção e vontade de mudanças, apareceria o primeiro patrocínio comercial na camisa do clube: a marca *Araña*, uma rede de Barcelona de lojas de roupas[438], isso na temporada 1989-90. Palomares (2001), explica que havia (naquele momento) certa dificuldade do *Español* angariar um patrocinador pra camiseta, uma vez que pela dimensão do *FC Barcelona* na cidade, o patrocínio ao clube *blanc i blau* poderia representar uma grande rejeição à marca patrocinadora. Entretanto, o empresário Jordi Labastida, que havia pago 20 milhões de pesetas (€ 120 mil) pelo patrocínio naquela temporada (e que depois não se renovou), era um diretivo do próprio clube, sensibilizado pela sobrevivência da equipe na segunda divisão.

Figura 30 - Camisas Araña

Fonte: Camisetas Sport Club (2019).

A campanha para eleições no clube, convocada por Martorell, teria sido a primeira democrática em que os sócios escolheriam de forma direta. A última eleição, indireta com sócios-compromissários, tinha sido em 1962 (depois aconteceriam aclamações, e arranjos combinados nas eleições). A *tradição* no Español, nas diretivas, era um poder compartilhado e alternado entre algumas famílias influentes e poderosas (EL PAIS, 1989)[439]. Se anos antes, na

[438]Cf. La Vanguardia, 5 set. 1989, pg 56.
[439]Cf. El Pais, 3 dez. 1989.

pré-eleição de Baró Armengol (1986) houve um início de disputa franca (que acaba se desfazendo com um "acordo" pela aclamação), nas eleições de 1989, abertas e democráticas, essas disputas acontecem e seriam extremamente agressivas (PALOMARES, 2001), com embates envolvendo quatro candidaturas, aprofundando mais as divisões no interior do clube. Palomares (2001) afirma que essas disputas internas refletiam um processo de "sangrar el cuerpo social para sacar los malos humores" ("sangrar o corpo social para remover os maus humores") que vivenciava o clube, e que esse processo ainda levaria anos (e mais uma queda para a segunda divisão), para que de fato resultasse em uma superação da *Síndrome de Leverkusen*. O memorialista também afirma que o resultado daquelas eleições representava uma vontade generalizada de mudança, já que o vencedor seria uma figura ainda não muito conhecida nos círculos do clube, e que inspirava "modernidade" (em contraposição ao que seria o "arcaico", até ali). Juli Pardo Padrós prevaleceria, inclusive, sobre as figuras históricas no clube, como José Manuel Lara (pré-candidato que não concorreu, mas ligou-se a Abel Hernández) e Manuel Méler, este cujo mote girava sobre ideias de "experiência". Contabilizados os números, a vitória de Pardo Padrós contara com 3.307 votos, enquanto Manuel Méler recebia 2.168 votos (Pablo Ornaque 1.419 e Abel Hernández 1.104).O discurso de *Padrós* era de uma gestão coletiva e democrática (sem personalismos), afinada com o mundo empresarial, e buscando angariar outras receitas para o clube ("ingresos atípicos") para além da bilheteria e do "mecenato", como (já bem) fariam o *FC Barcelona* e outros clubes:

> ...[os outros candidatos] significan volver a un pasado que está cerrado o ir hacia un futuro ilusório [...] cualquiera de los miembros del colectivo podría estar aquí, en mi lugar. La mayoría tiene la responsabilidade de dirigir empresas mucho más complejas que una entidad deportiva y tiene conocimientos suficientes para responder al reto de conducir al Español (PADRÓS, 1989).[440]

Em uma das fotos apresentadas por Palomares (2001) em seu livro sobre a junta de Pardo, estavam todos perfilados lembrando executivos de uma empresa (como ícones bem sucedidos do *ethos-trabalho*). Pardo presidiria o clube de 1989 até 1993, ano em que o clube cairia novamente para a segunda divisão do campeonato nacional (mas já sobre a presidência de Francesc Perelló). Ele era um jovem advogado de Barcelona, que liderava um grupo de jovens e dinâmicos profissionais (advogados, médicos, economistas e comerciantes). Este

[440]Cf. La Vanguardia, 27 jul. 1989, pg 42. "... os outros candidatos significam voltar a um passado que está fechado ou ir em direção a um futuro ilusório [...] qualquer um dos membros do coletivo poderia estar aqui, no meu lugar. A maioria tem a responsabilidade de administrar empresas que são muito mais complexas do que uma entidade esportiva e tem conhecimento suficiente para responder ao desafio de dirigir o Espanyol.".

grupo teria como líder filosófico Simeón García Neto[441](que acabou não querendo participar daquela candidatura), e por isso ficariam conhecido como *los Simeones* ou o "grupo dos 18": "Pardo encabezaba un equipo joven (...) Pardo, decíamos, era una cara nueva, con buena palabra y un mensaje claro, de los que se pegan al oído con facilidad, propuestas concretas." (PALOMARES, 2001: 448). Sobre aquela diretiva Hierro destacou:

> Consiguió el 41% de los votos. Fueron tiempos muy complicados porque pese a tener ilusión e ideas, se hizo cargo del Club en segunda división. (…) En segunda división los ingresos fueron menores y la deuda siguió aumentando. Ya se empezaba a hablar de la venta de Sarrià con mucha insistencia debido a las deudas. Su lema era "En Sarrià i a primera". Se ascendió a primera y se permaneció en Sarrià, pero dimitió en asamblea (HIERRO, 2017)[442].

Na junta de Padrós se destacariam muitos "nomes novos", embora algumas permanências das famílias españolistas[443]. A composição dessa junta, seus discursos e projetos, refletiam uma geração de profissionais que vivenciara a abertura da Catalunha e Espanha (para Europa e mundo), e a chegada de várias multinacionais na região, paralelo a uma guinada econômica na localidade. Demarcavam a geração *baby boom* que ascende em suas carreiras no pós-franquismo.

Durante a gestão de Pardo, um símbolo referencial e que perpetuaria a imagem do Español (depois *Espanyol*) na *globalização*, apareceria: o slogan "La força d´um sentiment". Este mote seria promovido justamente nesse momento de "travessia do deserto" das diretivas, e períodos na segunda divisão, embora o sentimento de clube "resistente" já fosse consolidado desde tempos remotos (pelo menos desde a década de 1970). O presidente Juli Padrós tentaria, também por essa época, legalizar as *Brigadas Blanquiazules* como *penya*, e ao mesmo tempo mudar seu nome para *Juventudes Blanquiazules*, para ajudar o clube (era a única torcida) e dar uma imagem mais positiva ao grupo, mas não obteria êxito.

Com a nova presidência, ou seja, a partir da metade do campeonato da *Liga*, o *Espanyol* conseguiria o acesso a 1ª divisão após uma campanha irregular, e somente decidida fora de casa, nos pênaltis, frente ao Málaga. Nos inícios da nova diretiva, também, o clube não

---

[441]Um herdeiro de uma família de bilionários na Espanha, que tinha empresas em várias áreas, do setor têxtil ao bancário.

[442]"Ele obteve 41% dos votos. Foram tempos muito complicados porque apesar de ter esperança e ideias, ele assumiu o clube na segunda divisão. (...) Na segunda divisão, as receitas foram menores e a dívida continuou a subir. Já começava a se falar sobre a venda de Sarrià com muita insistência devido às dívidas. Seu lema era "En Sarrià i a primera". Se voltou a primeira divisão e se permaneceu em Sarrià, mas ele renunciou em assembleia.".

[443]Jordi Malet, Josep Lluís Perelló (família antiga), José Francisco Sanchís, Luis Francisco Aguilera, Javier Fernandez Verdejo, Alejandro Mencos, Josep Maria Malet, Germán de la Cruz, Santi Salvatierra, Alberto Fernandez Veedejo, Francisc Salamero, Antonio Montoya, Martín Perez, Xavier Damia, Joan Lacueva, Manuel Fanlo, Julia García Valdecasas e o próprio Juan Segura Palomares na área da comunicação.

apresentaria evolução em termos de desenvolvimento esportivo. Segundo Palomares (2001:469) "...el dinero entraba y salía, pero no se acertaba a formar um equipo com um esquema solido y con proyección de futuro. Todo, hay que decirlo, eran parches. No se apreciaba ninguna planificación."[444]. Pardo e seu grupo seriam pessoas inexperientes no mundo do futebol, e isso representaria uma desvantagem já que em médio prazo cometeriam erros infantis (PALOMARES, 2001). Logo seriam vistos, por muitos, mais como teóricos do que realistas, somado ao fato das finanças do clube e o futebol apresentarem resultados ruins. Já Oliva (2017), cita que a gestão desastrosa de Padrós não era a única culpada por aqueles anos difíceis que passaria o clube, mas aí interagiriam outros problemas que acometiam outros clubes do futebol espanhol e europeu: o projeto (fracassado em sua opinião) de conversão dos clubes na Espanha em *SADs*, a gestão desigual dos direitos televisivos e a liberalização demasiada do futebol (OLIVA, 2017), que naquele momento provocava uma reviravolta no futebol da Espanha.

Palomares cita que uma das primeiras medidas de Juli Pardo foi criar a *Coordinadora de Peñas de Español* - que em 1992 se converteria oficialmente na *Federación Catalana e Peñas de RCD Español* - consolidando o movimento *penyes* e promovendo os encontros anuais (*aplecs*) entre as *penyes* (a primeira aconteceria em 1991, em Pineda), e dotando-as de mais peso político no interior do clube. Padrós, em boa parte do seu mandato, mesmo quando confrontando contava com forte apoio nas *penyes* do clube (que aumentariam, mesmo com o clube na 2ª divisão). Ou seja, sua base de poder era socialmente mais exterior do que interior ao clube (nas famílias antigas).

Em termos esportivos, para a temporada de 1990-91, o clube perderia seu ídolo/goleiro Thomas N´Kono (ainda, um dos remanescentes da UEFA 1987-88), porque ele teria uma proposta de um clube francês (inalcançável para o Español mas a qual não se concretizou, e o goleiro ficou sem clube). Para consolidar a equipe na 1ª divisão contratou-se o treinador Luis Aragonés, considerado um dos treinadores de maior prestígio na Espanha, e o clube acabou se se salvando de um novo descenso à segunda divisão, na última rodada apenas. Para a temporada 1991-1992 contrataria (a valores dispendiosos) o técnico Petrovic (campeão da Copa da Europa pelo *Estrela Vermelha* de Belgrado), mas ele não falava castelhano nem inglês, e seria demitido dois meses depois do início da *Liga,* por maus resultados. Seria substituído pelo técnico Sabaté, que também não corresponderia. Ao final da temporada 1991-92, o clube teve de contratar

[444]"...o dinheiro entrava e saía, mas não se acertava formar uma equipe com um esquema sólido e com projeção de futuro. Tudo, deve ser dito, eram remendos. Não se fazia nenhum planejamento.".

novamente o técnico Javier Clemente (que havia ascendido com o clube na Copa UEFA), o qual na ocasião pediu quarenta milhões de pesetas (€ 240 mil, valor considerado alto), para "salvar" a equipe, novamente com risco de descenso à segunda divisão.

Uma das estratégias econômicas da nova diretoria (com aprovação da assembleia de sócios) para gerar receitas logo que assumiu o clube, e que ao final acabou representando mais uma obrigação econômica (e se arrastou para as outras gestões do clube), foi a emissão de um bilhão de pesetas (€ 6 milhões) em obrigações: ou seja, espécie de *debêntures* que seriam pagas e retribuídas como investimento de acordo com as colocações do clube na *Liga*. Foi feito uma boa divulgação, mas logo em seguida começou-se a pedir aos possuidores das obrigações que devolvessem gratuitamente ao clube e convertessem-nas em ações, por ocasião da transformação do clube em uma *Sociedade Anônima Desportiva* (em 1992). O período na segunda divisão (1989-1990) também representou mais déficit econômico para o clube: cerca de 365 milhões (€ 2,1 milhões) pesetas a mais de dívidas[445].

Outra medida tomada pela diretiva de Padrós quando assumiu, foi a promoção das comemorações do 90º aniversário do clube em 1990, objetivando (aproveitando a ocasião da volta a primeira divisão) "...levantar a moral de sócios y seguidores y atraer la atención publica." (PALOMARES, 2001:464)[446]. Queria-se levantar o orgulho do clube, e dar-lhe uma imagem dinâmica com vistas ao futuro, organizando na ocasião também o "I Congreso Nacional de Fútbol", o qual reuniria importantes personalidades do desporto espanhol, para discutir o futuro do esporte, considerando as modificações promovidas pela *Ley de deporte* de 1990, que transformava a maioria dos clubes espanhóis em *sociedades anônimas*. Segundo Palomares (2001), essas iniciativas repercutiam positivamente para o clube, e pessoalmente para Padrós. Entretanto, o clube não "decolava" esportivamente o que mantinha aquele quadro de crise. Logo acusar-se-ia Pardo de administrar de acordo com seus caprichos individualistas e ocorreria um "racha" no seu próprio círculo diretivo, que já tinha frágil inserção nos círculos do clube protagonizado por famílias poderosas.

O "racha" teria acontecido porque Pardo havia ascendido e sido eleito politicamente, apoiado por Jordi Malet/Julia García Valde-Casas de um lado, e por Josep Lluís Perelló de outro, e os três elementos configuravam uma espécie de "triangulo diretivo", o qual Pardo representava apenas um dos vértices, emprestando sua imagem. Malet e Valde-Casas (esta já

[445]Resultado de um orçamento que obteve cerca de 630 milhões pesetas (€ 3,8 milhões) de receitas, mas 995 milhões pesetas (€ 6 milhões) de gastos.
[446]"...levantar a moral dos sócios e seguidores e atrair a atenção publica.".

uma respeitada figura política na Catalunha) seriam os sofisticados "cérebros econômicos", da diretiva, enquanto que Perelló, membro de uma família antiga e respeitada nos círculos do clube, representava uma espécie de aval da *tradição* àquela candidatura. Em 1990, ainda, Perelló, sairia do clube e o triângulo teria se partido, demarcando um "racha" na instituição. A pressão externa aumentaria e José Manuel Lara Hernández (membro de uma das famílias españolistas referenciais) passaria a acusar abertamente (e cada vez mais) Pardo de endividar e dilapidar o clube. À Lara Hernández se juntariam outras vozes que, inclusive por meio da imprensa, passavam a fazer críticas e falar mais sobre os problemas do clube, o que naquele contexto prejudicaria ainda mais a imagem pública da agremiação.

Face ao ambiente conturbado, e a não evolução desportiva, o próprio Pardo admitiu publicamente a possibilidade de demitir-se, em finais de 1990. Porém, surpresa maior seria quando, dias depois, o outro "vértice" (econômico) representado por Malet e Valde-Casas declaravam deixar o clube, alegando diferenças de critérios na direção da entidade. Essa nova cisão explicitava a dissolução da estrutura sobre a qual a imagem de "modernidade" fora sustentada nas eleições que levou a junta de Pardo à presidência. Era também uma previa da formação de um grupo oposicionista consistente contra Pardo nas eleições seguintes. Malet e Valde-Casas afirmavam que deixavam o clube sem dívidas (apresentavam dados), mas Palomares desconfia, afirmando que os clubes na Espanha (mesmo após a efetivação dos modelos das *SAD*) sempre foram um mistério economicamente, e destaca que tinha ciência que o clube buscava um crédito junto ao banco *Caixa* naquele momento[447]. Também, por esse momento, criticava-se Pardo por ter vendido os direitos de exploração por dez anos a empresa Dorna S.A., mediante pagamento à vista, dos chamados "ingresos atípicos" do clube, ou seja, as receitas (vistas naquela época como menos importantes, por isso atípicas) da televisão, patrocinadores, *merchandising*, publicidade, inclusive de bares e almofadinhas para sentar nos estádios (comércio comum na época). Segundo Oliva:

> A los malos resultados deportivos se juntaron desavenencias entre las cabezas visibles. A falta de puntos y dinero, Pardo solo hacía que sumar deudas y enemigos. Enemistado con las familias, Lara lo acusó de ventilarse el dinero y el patrimonio del club, y pronto empezaron a abandonar la nave sus propios afines, primero Perelló y después Mallet (OLIVA, 2017:101)[448].

[447]Além disso, um periodista comentava que o clube, ainda na gestão Martorell, tinha uma dívida de 650 milhões de pesetas.

[448]"Aos maus resultados esportivos se juntaram as discordâncias entre as cabeças visíveis. Na ausência de pontos e dinheiro, Pardo só tinha dívidas e inimigos. Desprestigiado entreas famílias, Lara o acusou de apropriar-se do dinheiro e do patrimônio do clube, e depois começaram a deixar o navio gente dos seus próprios círculos, primeiro Perelló e depois Mallet.".

Apesar dos enfrentamentos, segundo Palomares (2001), as *penyes* do clube seguiriam respaldando Pardo.

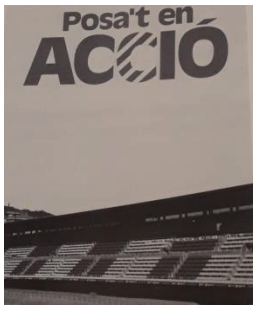
Espanyol se converte em uma SAD: *famílias* antigas e sócios acionistas

Um dos grandes conflitos no interior do círculo diretivo, envolvendo Pardo e Malet, era sobre como transformar o clube em uma *SAD*, uma normativa imposta desde 1990 pelo governo espanhol, e que deveria ser atendida até aquele ano. Jordi Malet defendia que o clube deveria converter-se em *SAD* oferecendo o mais alto valor de capital social possível, que seria entre 3 a 5 bilhões de pesetas (€ 18 milhões a € 30 milhões). Isto para obter mais dinheiro visando saldar dívidas e garantir o futuro do clube. Juli Pardo, por outro lado, defenderia a conversão em um menor valor de capital social permitido pela lei, de modo que o capital fosse repartido entre antigos sócios do próprio clube, de maneira mais segura (ou seja, a propriedade se manteria nos círculos de españolistas). Por fim, a ideia de Pardo prevaleceu, sendo o clube convertido em uma *SAD* em 30 de junho de 1992, representando um capital social de cerca de 681 milhões de pesetas[449] (€ 4 milhões), uma ação valendo o preço de 10 mil pesetas (€ 60), e a condição de possuir pelo menos 10 ações para votar e assistir a reunião de juntas de acionistas (PALOMARES, 2001). Segundo Enric González (2012), a família Lara se tornaria uma das maiores acionistas do clube, neste momento.

O processo de venda de ações seguiria três fases: a primeira entre os sócios, no prazo de um mês; a segunda: em mais um mês, ainda entre os sócios que já haviam comprado e queriam comprar mais; a terceira: oferecendo-se a qualquer interessado. Houve ainda uma quarta fase, situação prevista caso não houvesse a venda de todas as ações nas três fases anteriores. Nesta fase foram vendidas as ações pelas melhores ofertas que se teve (o *Espanyol* seria um dos poucos clubes onde isso aconteceu, na Espanha). Palomares (2001) afirma que a diretiva do clube trabalhou por conseguir a venda do capital social de forma mais repartida possível, sendo desenvolvida uma campanha para promover a aquisição das ações entre a própria comunidade do clube, com os seguintes dizeres “Posa´t em acció” ou “Ponte en acción” (algo como “seja acionista”).

[449]Cumpre ressaltar que Juli Pardo havia conseguido, antes, uma diminuição do capital social total do clube, primeiramente avaliado como o mínimo valor de um bilhão e duzentos milhões de pesetas pela Comisión Mixta de Transformación. Isto se deu através de um pedido de reavaliação e revalorização de um patrimônio do clube, o campo de La chatarra (adjacente ao Estádio do Sarriá), o que foi aceito. Desta forma, o clube defendia ter mais patrimônio para cumprir suas obrigações, por isso poderia ter um valor de capital social menor.

Figura 31 - Campanha de venda de ações do RCD Espanyol



Fonte: Palomares (2001).

Ao final o *Español*, ao lado do *Real Sociedad*, contou com uma representação acionista das mais repartidas entre clubes espanhóis, apesar do protagonismo da família Lara como grandes acionistas (PALOMARES, 2001). A *SAD* era um formato social formalmente orgânico, individualista e mercantilizado, mas seria ocupado por um corpo social com uma cultura altamente holista: as ações seriam vendidas, na sua grande maioria, para membros das principais famílias que antes protagonizavam as diretivas, e um vasto corpo de pequenos acionistas, antigos sócios. Apesar disso, Palomares, então trabalhando no departamento de comunicação do clube, afirma que fora ele quem entregou a documentação de conversão do clube em *SAD* ao *Consejo Superior de Deportes* em Madrid, e sobre aquele momento declara: "No me sentía muy bien. Tenía la sensación, no diré que de sentirme mensajero de una traición al espíritu histórico del club, pero sí de algo que se le parecía." (PALOMARES, 2001)[450].

No final de 1992, Pardo já tinha uma oposição consolidada, cujo líder era Claudio Biern (empresário do ramo da comunicação), o qual contava com o apoio das famílias antigas españolistas Lara e Perelló (que detinham boa parte das ações). Em 21 de janeiro de 1993 estava marcado a *I Junta General de Accionistas* do *Real Club Deportivo Español SAD*, ocasião a qual se elegeria novamente o presidente, agora para o clube sob uma nova estrutura administrativa e social. Pardo tinha a intenção em pleitear a reeleição, mas acabou aconselhado a não seguir com a ideia pelo seu então vice-presidente J.L. Dotti, pois teria forte oposição caso ganhasse (parte das *famílias*). Se propôs a Pardo que ajudasse a formar uma junta de conciliação contribuindo, dessa forma também, para preservar a imagem do clube em uma eleição sem "bate-chapa". O mesmo faria Claudio Biern, quando Fernando Lara (filho de José Manuel Lara Hernández) e Josep Lluis Perelló (filho de Francesc Perelló) afirmaram que não apoiariam a

[450]"Eu não me sentia muito bem. Eu tive a sensação, não vou dizer isso de me sentir como um mensageiro de uma traição do espírito histórico do clube, mas sim de algo parecido.".

sua candidatura, mas queriam que ele apoiasse a proclamação de Francesc Perelló (figura representante de uma família antiga do clube) como presidente do Conselho de Administração do *Real Club Deportivo Español SAD*. Ao final, houve o acordo, Perelló pai foi proclamado presidente do clube, sendo Claudio Biern e J.L. Dotti vices e mais 20 conselheiros, 10 indicados do lado de Biern e 10 do lado de Juli Pardo[451], que demarcavam a composição da junta em uma certa mistura entre membros de antigas famílias (predominantes), e inúmeros "novos" españolistas destacados ou pequenos acionistas. Nessa mesma ocasião, Pardo teria o orçamento do clube (da temporada já vigente 1992-1993) reprovado, e acabou sendo questionado de forma veemente na assembleia, sem conseguir se defender (tal como já havia ocorrido frente a Biern, em um programa de tv, dias antes).

A partir de 1992, por causa da transformação do clube em uma *SAD*, os antigos sócios (que não adquiriram ações) passariam a ser também chamados de *socios abonados*, pois não exerciam mais papéis políticos diretos no clube (os clubes já eram propriedades de acionistas). Por outro lado, muitos antigos sócios se tornariam pequenos acionistas do *Espanyol*. Segundo os relatos e levantamentos, em 2010 o clube teria um total de 13.431 acionistas (RCD ESPANYOL GUIA DE PRENSA, 2011).

Perelló Pichi, conciliação entre o "velho" e o "novo": outro descenso e a venda de *Sarriá*

> Ante la posible venta de Sarrià se buscó alguien respetado y con historial de peso en el RCDE. Ya su padre era directivo del club en los años 50. Con 75 años se hizo cargo de la presidencia Francesc Perelló. Julio Pardo había salido de muy mala mal manera y hacía falta mucha calma (HIERRO, 2017)[452].

Francisco Perelló assumiria para buscar uma conciliação entre as cisões que aconteciam no clube e, também, a recuperação econômica. Poder-se-ia dizer que demarcaria a pacificação e a *hibridação* entre o *tradicional* e o *ethos-trabalho* nos círculos diretivos do clube, acompanhado por um novo e duro choque: um segundo descenso à segunda divisão. Este era um momento, ainda, que muitos desejavam saber o alcance real da dívida do clube, e isso despertaria antigas animosidades. Falava-se que o clube devia de 4 a 6 bilhões de pesetas (€ 24

[451]Entre eles: Manuel Tejero, Manuel Torras Balbastre, Xavier Añoveros, Josep Maria Alarcón, Ramon Condal, German de La Cruz, Emilio Guinea, Fernando Lara Bosch, M. Carles Lláras, lluís Mercadal, Pere Montserrat, Nicolau Olivé, Josep Lluís Perelló, Daniel Sanchéz Llibre, Josep Suñer, Alfred Torras Soler, J.M. Borell Fabré e Joan Casals Pagé.

[452]"Diante da possível venda de Sarrià, procurava-se alguém respeitado e com uma forte história no RCD Espanyol. Seu pai já era diretor do clube nos anos 50. Aos 75 anos, Francesc Perelló assumiu a presidência. Julio Pardo saiu de um jeito muito ruim e havia muitos conflitos.".

milhões a € 36 milhões) (PALOMARES, 2001; GONZÁLEZ, 2012; OLIVA, 2017), e que pagava cerca de 3 milhões de pesetas (€ 18 mil) diárias, por causa da dívida. Independentemente do valor, sabia-se que era muito elevado para as dimensões do clube. A discussão sobre a venda do *Estádio de Sarriá*, a partir dos terrenos requalificados por um acordo com a prefeitura, se tornava cada vez mais recorrente.

Foi neste contexto que Perelló assumiu. Porém, no futebol, a equipe (inicialmente) não estava mal colocada na *Liga*, mas entraria em queda livre em dado momento, e por fim (como dito) cairia novamente para a segunda divisão (OLIVA, 2017). A visão de Oliva sobre esse momento:

> Con una deuda gigantesca y con el equipo en Segunda en un momento clave, de nuevo nos veíamos en el abismo, al borde de la desaparición, o eso era lo que decía el runrún. Así que para todos fue haciendo-se evidente aquello que no habíamos querido ver, a saber, que solo había una cosa que podía salvarnos, porque solo teníamos una cosa que valía la pena y que valía millones. Esa cosa se llamaba Sarriá y no había más tu tía que venderlo e irse con la música a otra parte (OLIVA, 2017:103)[453].

Naquele momento, segundo Palomares, um dos diretivos do clube, Fernando Lara, fez uma declaração de que já não seria mais possível salvar o *Sarriá*, e tal declaração repercutiria em vários meios de comunicação:

> Realmente, aquel descenso fue llover sobre mojado. A la deuda heredada se añadía la deuda, nada despreciable, que originaría la estancia en Segunda. La experiencia decía, por ejemplo, que la taquilla de un partido con el *Real Madrid*o el *FC Barcelona*, en Primera, era casi equivalente a todas las taquillas de la temporada en Segunda, por no mencionar la disminución de los ingresos atípicos – en primer lugar, los derechos de televisión -, que empezaban a ser una de las fuentes de financiación de los clubes de elite (PALOMARES, 2001:501)[454].

O tema da venda do *Sarriá* era já uma discussão madura nos círculos de Perelló em meados de 1993. Entretanto, muitos diretivos procuravam negar a possibilidade porque era um assunto muito rejeitado entre os aficionados em geral (entre eles, muitos acionistas), por isso Fernando Lara (membro do conselho) pediria demissão do cargo em protesto a essa dissimulação. O problema é que Fernando era um braço da família Lara naquela diretiva, uma

---

[453]"Com uma dívida gigantesca e com a equipe na Segunda divisão, em um momento chave, novamente nos vimos no abismo, à beira do desaparecimento, ou isso era o zumbido que se ouvia. Então, para todos nós, estava se tornando evidente o que não queríamos ver, a saber, que havia apenas uma coisa que poderia nos salvar, porque só tínhamos uma coisa que valeria a pena e que valeria milhões. Aquela coisa se chamava Sarriá e não havia mais como relutar para vendê-lo e ir com a música em outro lugar.".

[454]"Realmente, aquele descenso foi chover no molhado. À dívida herdada foi acrescentada a dívida, não desprezível, originada pela permanência na segunda divisão. A experiência dizia, por exemplo, que a bilheteria de uma partida com o Real Madrid e FC Barcelona, na primeira, era quase equivalente a todas as bilheterias da temporada na segunda, para não mencionar a diminuição das "receitas atípicas" - em primeiro lugar, os direitos televisivos - que estavam começando a ser uma das fontes de financiamento para os clubes de elite.".

das principais acionistas do clube, e espécie de "mecenas" histórico aportando dinheiro do próprio bolso e fornecendo garantias para pagamento de prêmios, contratação de jogadores e técnicos.

Embora essa cisão inicial, o desafio principal da gestão Perelló permanecia novamente colocar o clube na primeira divisão. O novo presidente declararia na ocasião de reapresentação da equipe em fins de agosto de 1993, que o clube precisava "Funcionar con sensatez [...] adecuar las estructuras del club a la realidade [...] dejándonos de delírios de grandeza."[455]. Perelló também destacava o trabalho nas categorias de base do clube: "Esto há de ser la base del futuro"[456] (PERELLÓ apud PALOMARES, 2001:503).

Para a temporada 1993-1994, o clube contrataria o treinador, já reconhecido na Espanha, Camacho, o qual desenvolveu uma boa campanha na segunda divisão, e retornaria a divisão de elite com o clube campeão. Camacho demarcaria uma virada na parte esportiva do clube, segundo Xavier "Se vuelve a descender, pero en segunda se ficha de entrenador a Camacho que llegó a hacer un gran equipo, que logra el ascenso y ya en primera consigue buenos resultados." (HIERRO, 2017)[457].

Irreductibles pelo Español: *tradicionais* sob influências italianas e de "antiviolência"

Na passagem da década de 1980 para 1990, o combate aos grupos de torcedores violentos na Espanha se tornou mais efetivo, pelo Estado. Vivia-se o contexto pós tragédia de Heysel e Hillsborough na Europa, e na Espanha lançava-se uma ofensiva contra os chamados *hinchas radicales*, que eram reportados intensamente nas mídias já com casos graves e fatais, naquele momento. Por outro lado, grupos de animação que se orientavam por uma filosofia antiviolência passavam a se disseminar e ganhavam apoio das diretivas. Foi nesse cenário que surgiram em 1991, no estádio do Español, os grupos de animação com propostas de antiviolência conhecidos como *Penya Universitaria Blanquiazul, Sarriá Nord* (originalmente catalanista indepentista), e *Penya Juvenil 1991* (refundada neste momento). As *Brigadas Blanquiazules*, por outro lado, regressavam a primeira arquibancada do *gol sur* no Sarriá, após um acordo com a diretiva pelo qual comprometiam a não causar mais distúrbios. Cumpre

[455]"Trabalhar de forma sensata para adaptar as estruturas do clube à realidade, deixando-nos de delirios de grandeza.".
[456]"Isto há de ser a base para o futuro".
[457]" Volta-se a cair para segunda divisão novamente, mas na segunda contrata-se o técnico Camacho que chegou a fazer uma grande equipe, que consegue o ascenso e já na primeira consegue bons resultados.'.

lembrar que por essa época dois episódios trágicos ficariam marcados como pontos de inflexão e de intensificação ao combate da violência no futebol espanhol. Um deles seria o assassinato a facadas de um membro das *Brigadas Blanquiazules* (um francês supostamente envolvido com grupos políticos neonazistas) e o ferimento a outros dois, provocado por membros do *Boixos Nois* (*hinchas* do *FC Barcelona*), em frente a um hotel em Barcelona. Outro episódio foi a morte de um menino atingido acidentalmente por um sinalizador no peito, lançado por torcedores (não ligados a torcidas *ultras*) no estádio do *Sarriá*[458].

Os novos grupos, e o cenário em ascensão de combate à violência (com punições mais duras), enfraqueceu as *Brigadas Blanquiazules* e acompanhou uma busca pela diretiva do *Espanyol* na formação de uma grada pacificada no *Estádio do Sarriá*, mesclando grupos mais radicais com os novos grupos antiviolência. Assim, em 1993-94 surgiria a *grada Irreductibles*[459] no Español, com o objetivo de reunir vários subgrupos de animação (dispersos pelo estádio), em um grande grupo, fornecer melhor informação e controle da violência e (sobretudo) destinado a animar a equipe num contexto também difícil para o clube (o *Espanyol* havia caído pela segunda vez para a segunda divisão em cinco anos). Esta *grada* formava-se declarando-se "apolítica" e "antiviolenta"[460], cujos grupos estruturais seriam as *Brigadas Blanquiazules*, a *Penya Juvenil Españolista 1991* e a *Penya Universitaria* (esta logo deixaria o grupo), organizando-se no *gol sur* do *Sarriá*, promovendo mosaicos e animando a equipe de forma coordenada por performances vocais e visuais. A *grada Irreductibles* se dissolveria com a venda do *Sarriá* em 1997, mas também pelas diferenças entre as *Brigadas Blanquiazules* e a *Juvenil 1991*, que promoveriam conflitos verbais até físicos entre elas, sobretudo a partir da primeira, cujo *fundamentalismo* era muito proeminente.

---

[458]Em 14 de janeiro de 1991, após um jogo do Español x Sporting Frédéric Rouquier e José María Arboleas Martínez, ambos membros das *Brigadas Blanquiazules* teriam sido feridos à navalhas por membros dos *Boixos Nois*, sendo que o primeiro faleceu e o segundo foi encaminhado ao hospital gravemente ferido. Em 15 de março de 1992, num jogo entre RCD Español x Cádiz, Alfonso Lázaro de 13 anos, foi atingido por um fogo de artifício (lançados por dois torcedores) e morreu no local, no estádio do Sarriá.

[459]Influenciados pela grada Irriducibili da Lazio (nascida em 1987), notabilizada como um grupo ultra italiano que havia unido diferentes subgrupos. Ainda que se declarasse "apolítica" a simpatia política à Irriducibili (extrema direita nacionalista) também motivaria o mimetismo no nome (SPAAIJ, 2016).

[460]Para a formação da grada prevaleceria a posição da Penye Juvenil Españolista 1991 (em sua maioria não separatistas moderados) que seria antiviolência e "antipolítica", o contrário da posição das *Brigadas Blanquiazules*. Os líderes do projeto acreditavam que somente com um código claro e restrito o grupo poderia ter sucesso, evitando fragmentações por questões políticas e de violência. Assim preconizavam: 1) representar as cores do clube, dentro e fora do estádio; 2) apoiar a equipe continuamente; 3)Sem política; 4)Sem violência; 5) unidas em uma só voz, no espírito esportista e espanyolista (SPAAIJ, 2006).

Figura 32 - Irreductibles

Fonte: Acervo do autor.

Sobre esse período, um dos meus entrevistados, representante da *Curva RCDE*, desenvolveu uma narrativa sobre a história dos torcedores radicais do clube. Segundo ele, as *Brigadas Blanquiazules* foram um dos grupos pioneiros e de destaque que surgiram no *Espanyol* e teriam sido "...un referente como grupo hooligan en esta época: contundente, muy respetado y politizado"[461] e os quais teriam ficado conhecidos, ao longo dos anos, tanto nacionalmente como internacionalmente. Sobre a "nova" *Juvenil* ou a *Juvenil 1991*, o membro da curva *RCDE* afirmou que este grupo se transformaria ao longo dos anos em termos de filosofia, com a entrada de outros jovens, ao que parece de perfil mais classe média e universitário, demarcando já a ascensão de uma geração de melhores condições econômicas numa Catalunha e Espanha que se beneficiavam da inserção na *Comunidade/União Européia*. Como já destacado, esses grupos eram um mosaico complexo e híbrido de várias *identidades* associadas a tribos urbanas locais e influências transnacionais que iam da música, moda, até ideologias políticas mais profundas (embora, no caso do *Espanyol* algumas delas se declarassem "apolíticas").

De *Español* à *Espanyol*: aumento do capital social, busca de sócios e o fim do *Sarriá*

Nos inícios de 1994 a gestão Perelló promoveu a ampliação do capital social que representava o clube para 2,5 bilhões de pesetas (€ 15 milhões). Para adquirir as novas ações poderiam participar, além dos já acionistas, os sócios *abonados* do clube. O clube também lançou um novo plano para captar receitas e vender as novas ações em parcelas, chamada *Operação Futuro*, através da qual obteria um crédito bancário, mas que teve que colocar o

[461]"Um referente como grupo hooligan nesta época: contundente, muito respeitado e politizado".

Estádio do Sarriá como garantia. O crédito bancário seria pago através das receitas do clube (bilheteria, contratos de tv, publicidade) e do próprio recebimento dos valores da *Operação Futuro.* Neste ano, também, Perelló declarou sua intenção de permanecer mais um ano na presidência e formaria um novo conselho com os filhos de José Manuel Lara Hernández (Fernando e José Manuel Lara Bosch), pedindo a Lara Hernández publicamente que respeitasse a linha de trabalho da diretiva. Entretanto, naquele mesmo ano, Lara Hernández faria declarações de que teria um comprador para o *Sarriá* que pagaria cerca de 50 bilhões de pesetas (€ 300 milhões) e teria conseguido a requalificação dos terrenos com a prefeitura. Naquele cenário, o Español, ainda pelas dívidas (e pela *Ley de deporte de 1990*), necessitava aprovar uma hipoteca cuja garantia era o *Sarriá* para não ser rebaixado à segunda divisão. Isso causaria uma nova crise no clube, e uma demissão temporária de Perelló. Porém, Perelló era o segundo acionista mais importante do clube, e tinha ainda outorga de votos de vários outros acionistas. Por fim, Perelló voltou atrás de demissão e se aprovou a hipoteca do terreno do estádio, sem (entretanto) ainda definir sua venda.

A gestão de Francisc Perelló também acompanhou uma nova guinada agressiva do clube na busca de sócios *abonados* (não acionistas), em 1994. Nessa ocasião, além de uma divulgação massiva por várias mídias, o *periquito* adquiriu um status de mascote oficial do clube, figurando em um *spot* televisivo que ficaria muito conhecido na Catalunha e ganharia vários prêmios. A campanha levada a cabo pelo clube:

> Compreendia 40 spots de televisión, 250 vallas publicitarias por toda Cataluña, 30 páginas de periódicos y 400 cuñas de radio. No obstante, la pieza estrella era el vídeo que presentaba a un periquito de carne y hueso: jugaba con un balón, hacía las mil y una piruetas, como rematar de cabeza o una chilena que ya firmarían muchos ases del fútbol (PALOMARES, 2001:516)[462].

Figura 33 - Propaganda para sócios do Espanyol, em 1994

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=PJ1b5TlZ3MM Acesso: 13 jan. 2018.

[462]"Ele compreendia 40 comerciais de televisão, 250 outdoors espalhados pela Catalunha, 30 páginas de jornais e 400 spots de rádio. No entanto, a peça estrela foi o vídeo que apresentou um periquito de carne e osso: ele jogava com uma bola, fazia mil e uma piruetas, como cabecear ou uma bicicleta que já fariam muitos craques do futebol.".

O clube logo começou a reproduzir vários artigos para comercializar o novo símbolo oficial espanholista, o *Pericu* em camisetas, cachecóis, etc. Foi em meio a essa guinada, de busca de novos sócios e mercado para os produtos do clube, e ampliação do seu *consumo* (e das *identidades consumo*) que o clube promoveu ainda mais a marca do clube associada ao *catalanismo*. Assim, nessa época (1994), o clube faria uma alteração significativa, demarcando a *catalanização* do nome da entidade e do formato do escudo. No caso do escudo, a coroa acima dele foi redesenhada, e ao invés de *Real Club Deportivo Español*, passou-se a adotar o nome do clube em catalão *Reial Club Deportiu Espanyol* abreviado para *RCD Espanyol* e somando-se o genitivo "de Barcelona", conforme se vê abaixo[463]:

Figura 34 - Escudos do RCD Espanyol 1912 e 1994

Fonte: Site do clube (2018).

Soto, sobre essa questão, afirmaria que o clube prosseguia em mais uma guinada de *catalanização*:

> Por outro lado, el RCD Español emprendió su própio processo de "catalanización" en la década de los noventa. El club declaró el catalán su idioma oficial, tradujo su himno del castellano a la lengua vernácula y se cambió el nombre a Espanyol en 1995. Pero, a pesar de todos esos esfuerzos, fuel el *FC Barcelona* el que siguió actuando como principal representante de Cataluña en el imaginario popular (SOTO, 2014: 184)[464].

[463]É importante ressaltar que foram encontrados outros escudos do Espanyol, anteriores a 1994 (que não aquele alterado desde 1912), com o nome do clube escrito em branco (e não em preto), e com a coroa um pouco diferente da apresentada acima o que sugere que ainda não havia (até então) um padrão definido. Palomares (2001) relata a modificação acima, do escudo, aconteceu por ocasião da reunião da Junta geral de acionários do clube em 1994 (e não em 1998, conforme afirma o site do clube), hipótese confirmada quando visualizamos as camisas do clube no museu. Naquela mesma reunião, em 1994, modificou-se também o nome do clube.

[464]"Por outro lado, o RCD Espanyol empreendeu seu próprio processo de "catalanização" nos anos noventa. O clube declarou catalão sua língua oficial, traduziu seu hino do espanhol para o catalão e mudou seu nome para o

Spaaij (2006), destaca que as *Brigadas Blanquiazules* foram frontalemente contra essa mudança, e não aceitaram chamar o clube pela forma modificada, revelando seu *desencaixe* em todo aquele conjunto de transformações.

O clube, por essa época, voltaria a ter um patrocinador na camisa (temporada 1994-1995), com a marca de conservas *Dani*, empresa de propriedade de Daniel Sanchez Libre, que seria presidente do clube a partir de 1997 e posteriormente um dos seus maiores acionistas. Sanchéz Libre, segundo Palomares (2001), seria pioneiro em ser efetivamente o patrocinador *máster* da camiseta do clube durante anos, com a marca "Dani" o que resultou em êxito para os seus negócios (e possivelmente uma melhor inserção dentro dos círculos diretivos), mesmo com uma ameaça inicial de rejeição da marca, situação sempre temida por muitos empresários espanyolistas inclusive. No primeiro ano de patrocínio de "Dani", o clube receberia 18 milhões de pesetas[465] (€ 100 mil). Nessa época (entre 1994-1995), também, a antiga marca esportiva *Massana* (catalã) foi substituída pela marca alemã *Puma* (até 1999), que pagaria 50 milhões de pesetas anuais para o clube. As camisas desse período já se notabilizam por adotarem cores (como verde, preto ou cinza) tecido e designs inovadores, inclusive sendo comum o lançamento de um terceiro modelo, certamente influenciados por novas perspectivas de marketing no clube e otimizar o *consumo* entre os torcedores.

Figura 35 - Camisas do RCD Espanyol década de 1990

Fonte: Camisetas Sport Club (2018).

Espanyol em 1995. Mas apesar de todos esses esforços, o FC Barcelona continuou a atuar como o principal representante da Catalunha, na imaginação popular.".

[465]Cf. La Vanguardia, 13 mar. 1995, pg 5.

Desportivamente, as temporadas 1994-1995 e 1995-1996 foram muito boas. Inclusive, na de 1996-1997, o clube se classificaria para UEFA depois de muitos anos, e chegaria (no mesmo ano) às semifinais da Copa do Rei, um fato também considerado excepcional embora Palomares (2001) afirme que isso representava o reaparecimento do "espírito copeiro" do clube. Em 1996-1997, entretanto, o clube faria uma campanha irregular e após a demissão de dois técnicos conseguiria apenas se manter na primeira divisão.

O evento histórico que marcou a gestão de Francesc Perelló foi a venda do *Estádio Sarriá,* do clube. Em 1997, o motivo principal da venda, a dívida do clube, chegaria a 11 bilhões de pesetas (€ 66 milhões) (GONZÁLEZ, 2012). A discussão sobre a venda vinha ganhando cada vez mais protagonismo nos círculos diretivos acionistas do clube, ainda que a torcida não quisesse aceitar (mesma atitude de boa parte dos acionistas/torcedores minoritários), desde a ascensão de Perelló. Na *Junta Geral dos Acionistas* de novembro de 1994 eles acordaram deixar o tema sob os cuidados do conselho. Na reunião da *Junta* do ano seguinte, em 22 de novembro de 1995, decidiu-se pela venda como situação irremediável. Entretanto, daí em diante, as discussões sobre a venda e as possibilidades de "salvação" do Estádio, com possíveis novas receitas das TVs (então em crescimento) foram recorrentes nos círculos do clube, até a sua efetiva realização em 28 de junho de 1997. Foram frequentes os ataques a Perelló e Lara Bosch que lideravam o plano de venda. Segundo Palomares (2001) o conselho do clube também negaria a dar os dados oficiais, alegando que isso atrapalharia as negociações e afirmava que todas as possibilidades de evitar a venda já tinham sido estudadas. Além disso, o *Sarriá* (argumentavam) representaria uma estrutura velha que necessitaria muito dinheiro para se adequar a modernidade. Oliva destaca que por essa época o clube se dividiu em dois lados:

> El club se dividió en dos sensibilidades. El grupo de los realistas, con la família Lara al frente, era consciente de que la entidade era inviable sin la venta de Sarriá y ponía todas las energías en una recalificación que sirviera para sanear la entidad. El grupo de los idealistas, liderado por la plataforma *Salvem Sarriá*, se resistía a abandonar un espacio tan íntimo, tan sentimental, tan ligado a nuestra historia y a nuestra identidad. Ambos colectivos tenían razón. Simplemente, eran necesarios unos cuantos años para que todos se convencieran d que, de hecho, no había otra solución posible (OLIVA, 2017:109)[466].

[466]"O clube foi dividido em duas sensibilidades. O grupo dos realistas, com a família Lara na frente, consciente de que a entidade era inviável sem a venda de Sarriá e colocou todas as energias em uma requalificação dos terrenos do estádio, que serviria para sanear a entidade. O grupo de idealistas, liderados pela plataforma Salvem Sarriá, relutou em deixar um espaço tão íntimo, tão sentimental, tão ligado à nossa história e à nossa identidade. Ambos os grupos estavam certos. Levou apenas alguns anos para que todos ficassem convencidos de que, de fato, não havia outra solução possível."

Em 27/28 de junho marcou-se uma *Junta Geral Extraordinári*a de acionistas para discutir a questão, convocada pela plataforma "Salvemos Sarriá", que eram acionistas que representavam 5 % do capital social do clube. Os terrenos já estavam requalificados pela prefeitura de Barcelona, para que conseguissem uma boa valorização na venda. Foi uma reunião tensa, que atravessou a madrugada e na qual, segundo Palomares, ninguém se escutava entre defensores e resistentes a venda. Por fim, ratificou-se a venda, já numa estrutura em que valia mais o voto sobre a quantidade de ações, do que sobre a individualidade. Fidalgo (2009), afirma que quem tinha poder de decisão naquele momento era José Manuel Lara Bosch (maior acionista) e seria ele um dos maiores interessados na venda. Teria, inclusive, apoiado a eleição de Daniel Sanchéz Llibre (a partir de então) para que não fosse ele a se apresentar como o presidente da venda e da dinamitação do estádio tempos depois. Fidalgo (2009) também afirma que Lara tinha 3 bilhões de pesetas (€ 18 milhões) investidas no clube, e era um grande credor do *Espanyol*.

Os terrenos onde estava o *Estádio do Sarriá* foram vendidos pelo valor de 9,2 bilhões (€ 55,2 milhões) de pesetas mais 16 % da sociedade imobiliária, em favor do clube, sobre o empreendimento que construiria o grupo *Argentaria-Sanahuja*, naquele mesmo espaço (PALOMARES, 2001)[467]. Em 20 de setembro de 1997, seria dinamitado e iniciados os trabalhos para a construção no terreno. A implosão teve transmissão ao vivo pela TV, na Catalunha. Em geral, o processo de mudança (para o outro estádio), a ideia de "fim de um ciclo", a nostalgia e sentimento de perda (e de trauma), em relação ao estádio *Sarriá*, entre os meus entrevistados dos círculos do *Espanyol*, foram recorrentes. Para Hector Oliva, apesar de tudo, a venda do estádio fora positiva, segundo ele, porque o lugar do novo estádio de Cornellá (entregue em 2009) seria bom, fora construído em uma região mais popular do que o *Sarriá*, pois este estava em um bairro de classe média alta de Barcelona e acabava servindo para associar o clube uma imagem de "clube de elite". Após a demolição do estádio, a alusão ao *Sarriá* foi retirada do hino oficial do clube, hino consagrado ainda em 1983.

Por ocasião da referida *Junta Geral Extraordinária*, de 1997 ainda, encerrou-se o mandato de Perelló na antiga *Junta*, sendo eleito Daniel Sanchez Llibre como novo presidente do *RCD Espanyol de Barcelona SAD*, aparentemente numa nova "transição combinada" (nos círculos do poder, agora entre os acionistas), em busca da consolidação da "paz" no clube, compondo a vice-presidência e um conselho também de conciliação, naquela ocasião. A

[467]Segundo Palomares, o clube teria uma receita de cerca de 11,7 bilhões naquele ano, e gastos de cerca de 3,3 bilhões.

novidade seria a criação de uma espécie de Senado no clube, para ajudar a gerir as decisões. Em termos esportivos, na comunidade *blanquiazul* parecia consagrar-se a vontade de efetivar o clube na 1ª divisão, e voltar a buscar um "lugar ao sol" no futebol.

Daniel Sánchez Llibre: um "neomecenato"

> El desastre económico, la demolición de Sarriá y el destierro en Montjuïc fueron acompañados de una profunda crisis de identidad (…) la identidad existe y es sólida, aunque se haya forjado de forma casual y sin esfuerzos intelectuales por reescribir la historia. La identidad del Espanyol se ha construido desde la minoría, con derrotas muy dolorosas, una época de exilio y una constante necesidad de resistir. La identidad del Espanyol es la fe (GONZALEZ, 2012:66)[468].

Daniel Sánchez Llibre era um empresário destacado em Barcelona do ramo de condimentos. Havia ascendido a partir de uma empresa familiar com sede na Catalunha, que estabelecera negócios na Ásia, na América do Sul e depois na Inglaterra, desde fins da década de 1970 (DANI, 2019)[469]. Tinha sido jogador nas equipes amadoras e juvenis do clube *blanquiazul*, e trabalhou muito nos bastidores para requalificar os terrenos do *Sarriá* para a venda deles por um preço melhor (HIERRO, 2017). Ele havia entrado nos círculos diretivos do clube em 1993, e desde 1994 patrocinava a camisa do *Espanyol*, parecendo exercer o papel de um "mecenas" moderno (com o apoio ou conflito de outros acionistas destacados, que seriam também espécies de "mecenas"), a partir de um sistema onde a gestão do clube se dava pela quantidade de ações possuídas.

O sistema de gestão, o qual Llibre presidia, era um arranjo mais complexo que os anteriores, uma espécie de reunião de uma "aristocracia esclarecida" para gerir o clube ("esclarecida" porque procuravam administrar o clube como uma empresa): um modelo de sociedade anônima que misturava os acionistas principais do clube (mas que vinham, geralmente, das famílias destacadas da região e envolvidas historicamente com *Espanyol*) com outros acionistas influentes, em posições de comando[470](ambos não remunerados e nem profissionais, embora muitos com formações/experiência em gestão e finanças devido aos próprios negócios), mais outros profissionais contratados. Havia também um Senado (recém

---

[468]"O desastre econômico, a demolição de Sarriá e o exílio em Montjuïc foram acompanhados por uma profunda crise de identidade (...) a identidade existe e é sólida, embora tenha sido forjada casualmente e sem esforços intelectuais para reescrever a história. A identidade do Espanyol foi construída a partir da minoria, com derrotas muito dolorosas, um tempo de exílio e uma necessidade constante de resistir. A identidade do Espanyol é a fé".
[469]Cf. https://www.dani.es/en/company. Acesso em: 1 fev. 2019.
[470]Vice-presidentes em 1997: J.M. Lara Bosch, Alfred Torras e Ramon Condal; tesoureiro: Miguel Alfocea; secretario: Ignasi Mur; vocais: J.L. Perelló Molné, Esteve Oromi, Josep Creuheras, Josep Mauri, Anna Maria Fusté, Alfonso Conde, German de la Cruz, J.M. Alarcón e Joan Collet.

criado)[471], e o clube funcionaria inicialmente a partir de comissões de trabalho (em que se dividiam, em tarefas específicas, aqueles diretivos de posições de comando) para manter o clube dentro de uma "dinâmica de modernização", que seriam: Planificação Estratégica, Desenvolvimento Corporativo, Esporte, Delegado da equipe profissional e Delegado do futebol de base (PALOMARES, 2001). Ou seja, parecia haver uma ideia muito clara de que o clube precisava profissionalizar suas estruturas, as funções internas, ainda que isso acontecesse a partir de diretivos (ao mesmo tempo acionistas) não remunerados e nem profissionais, mas muitos deles vinculados ao mundo empresarial globalizado o qual já estava muito bem integrada a Catalunha e a Espanha.

Segundo Palomares (2001), a expectativa sobre a gestão de Llibre era de que ela representasse uma nova era no clube, de consolidação da paz e de união na agremiação (que havia cindido numa disputa entre o "moderno" x "antigo", e de crises econômica e desportiva, a partir da gestão Padrós), que permitissem enfim a reconstrução de uma imagem do clube, ligada ao dinamismo, a modernidade e equilíbrio econômico. Ainda segundo Palomares:

> Si, por un lado, contaba con la ventaja de ser un hombre nuevo, con la experiencia de años en el consejo, que no tenía trapos sucios que ocultar, por otro lado, heredaba un club dividido socialmente, sin el estadio de Sarriá, todavía con una deuda que superaba los 2000 millones de pesetas [€ 12 milhões], y el reto de hacer efectiva la opción de compra de los terrenos de Sant Adriá de Besós y de construir en ellos la soñada Ciudad Deportiva. Y, como es natural, con la obligación de presentear un proyecto deportivo que fuera eficaz para el presente y sirviera de base para el futuro (PALOMARES, 2001:551)[472].

Disputas de poder: Llibre x Lara

Ao longo dos anos, entretanto, nos círculos de acionistas, entre alianças e conflitos, Llibre (e os acionistas aliados a ele) teria vários enfrentamentos com a família Lara (na figura de Lara Bosch), a maior acionista do clube desde a sua transformação em *SAD*, e que historicamente era protagonista nos círculos diretivos do clube desde tempos remotos. Em termos políticos, Llibre seria um nacionalista catalão, parecendo se aproximar de um *catalanismo* moderado (seu irmão, inclusive era do partido catalanista de *centro direita UDC* -

[471]Presidido por Francesc Perlló Picchi, formado por Manuel Méler, Joa Vilá Reyes, August Rosell, Xabier Añoveros, Antoni de Barnola, Carles de Torres Pahissa e J.M. Borell (figura antiga na história do clube).

[472]"Se, por um lado, ele tinha a vantagem de ser um novo homem, com a experiência de anos no conselho, que não tinha trapos sujos para se esconder, por outro lado, herdou um clube socialmente dividido, sem o estádio de Sarriá, ainda com uma dívida que ultrapassava 2000 milhões de pesetas (€ 12 milhões), e o desafio de tornar efetiva a opção de compra das terras de Sant Adriá de Besós e de construir nelas a sonhada Ciudad Deportiva. E, claro, com a obrigação de apresentar um projeto esportivo que fosse eficaz para o presente e servisse como base para o futuro.".

Unió Democràtica de Catalunya). Ele seria acusado várias vezes de querer fazer "uso político" do clube[473] em prol do *catalanismo*. Lembrando que (em geral) o clube consagrava a narrativa de "rejeitar a política" por ser extremamente heterogêneo em termos de ideologias (FIDALGO, 2009). Lara Bosch, por outro lado, teria ligações com o *Partido Popular*, partido demarcado pelo seu posicionamento conservador e associado ao nacionalismo espanhol de direita, muito embora em seus negócios tivesse adquirido partes significativas de um grupo midiático abertamente independentista, em 2016 (ARRANZ, 2014, 2016).

Assim, em 1997 por exemplo, José Manuel Lara Bosch defenderia a entrada do clube na bolsa de valores, aumentando o seu capital social de 1,3 bilhões de pesetas (€ 7,8 milhões), para 4 bilhões de pesetas (€ 24 milhões), sendo metade para ser oferecida aos sócios e a outra metade a ser oferecida livremente na bolsa. No ano de 1997, também, Lara Bosch pediria demissão do clube após uma disseminada crítica, por ele defender a cobrança avulsa (extra) nas entradas das partidas do *Espanyol* contra *FC Barcelona* e *Real Madri*, dos *sócios abonados*. Palomares afirma que a demissão levantou discussões sobre o processo de profissionalização do clube, a qual inclusive ele próprio defendia que deveria ocorrer, mas sem sobrepor os laços de "voluntarismo", lealdade dos conselheiros e dos aficionados pelos laços mercantis, de modo que se mantivesse uma ligação mais *tradicional* do clube entre sua comunidade: assim, mesmo que o clube tivesse momentos desportivos ruins, não seria deixado pelos seus seguidores (PALOMARES, 2001). Por outro lado, Fidalgo (2009) dá a entender que a demissão poderia estar relacionada com a cobrança dos Lara das dívidas que o clube tinha com a família.

Ainda em 1999, Llibre se chocou com Lara por ocasião do anúncio da construção de um Centro de Treinamento para o clube, e um diretivo que representava Lara (Josep Creuheras, que cuidava também do conglomerado empresarial da família) pediu demissão. Para Lara, o clube não podia voltar a endividar-se e ele achava que a agremiação ainda não estava sintonizada com a profissionalização e as demandas do futebol *globalizado* para correr aqueles riscos (PALOMARES, 2001). Em 2000, colocou-se a ampliação do capital social em discussão na reunião dos acionistas, que seria vetada pelo *danismo* militante, ou seja, grupos ligados a Daniel Sanchez Llibre, entre os quais se incluía uma associação recém-criada de pequenos e médios acionistas do clube (*APMAE*) destinada a impedir a concentração do capital social do clube e que este continuasse nas mãos da sua "massa social" (FIDALGO, 2009). Por

[473]Como, em 2007, quando apoiou existência das seleções catalãs (vários esportes), que seria considerado uma das frentes culturais do independentismo catalão. Ou quando apoiou a inserção de uma senyera na camisa do Espanyol em 2008, o que acabou não se concretizando (FIDALGO, 2009).

consequência, os Lara teriam retirado seus representantes do conselho, a fim de demonstrar que não queriam se fazer "donos do clube". Já em 2004, ocorreria o chamado *pacto del Windsor* entre Llibre e Lara Bosch: os dois acionistas do clube haviam se encontrado em um restaurante barcelonês chamado *Windsor*, sendo imposto que Sanchéz Llibre deveria remodelar seu conselho diretivo. A versão de Fidalgo é que Sanchéz Llibre estava em uma posição vulnerável naquele momento: era um acionista minoritário, vinha de uma campanha na *Liga* em que o clube havia se salvado nos últimos momentos de ser rebaixado e, finalmente, tinha a oposição de uma plataforma de jovens chamada *Espanyol 3.0* e foi obrigado a aceitar (ressentido, já que teria que demitir a sua junta do conselho) aquele acordo para não perder o cargo de presidente.

Em 2005, seria Daniel Sanchez Llibre que promoveria uma ampliação de capital do clube de € 7,8 milhões para € 16,8 milhões, resultando na concentração das ações do clube em poucas mãos, mas não teria havido oposição neste caso. Na nova configuração acionista do *RCD Espanyol SAD* destacavam-se naquele momento: 22% pertencente ao *Planeta* (família *Lara*), 11% a Daniel Sanchez Llibre, 5% Sebastián Javier (*Grup Tarradelas*), 4% grupo *Quat*, 2,5% Francesc Perelló e 2,5 % Ferran Martorell (FIDALGO, 2009). Em seguida, Lara passaria a se opor publicamente a Llibre, e apoiaria *Claudio Biern* como presidente no lugar de Daniel Sanchez Llibre, nas eleições seguintes. Entretanto, Llibre permaneceria no clube e em 2009 José Lara Bosch se retiraria dos círculos acionistas do clube, vendendo suas ações ao grupo de Sanchez Llibre, o qual passaria a dispor de mais 40 % do capital social do clube.

Llibre ficaria no cargo de presidente do clube até 2011. Segundo Oliva (2017:142) "Dani fue presidente y máximo accionista durante todos esos años, con éxitos deportivos y una agenda clara. Dejaría el timón en 2011, convirtiéndose en el presidente más longevo de la historia del club, con catorce años de mando.". Ainda, segundo o periodista, Sànchez Llibre fora um dos melhores presidentes, pensando a agremiação a longo prazo, estruturando e lhe dando raízes, a partir de três objetivos: a construção da *Ciudad Deportiva de San Adriá*, a consolidação das categorias de base e a recuperação de um novo estádio:

> …[ha] tenido la agenda muy clara: "Bueno, estamos en [Estadio] *Montjuíc*, no tenemos casa. ¿Qué tenemos que hacer de aquí a diez, quince años? Es decir, ha hecho algo que es muy difícil en el mundo de fútbol, que es tener un poco de visión a medio y largo plazo. Hay muchos no, que es como solamente "equipo para año que viene…". Ha tenido visión a largo plazo, lo que ha hecho *Ciudad Deportiva de San Adrià*, es decir: fútbol base. La *Ciudad Deportiva de San Adrià* no existía cuando él llegó, no existía. Y eso es lo que te enraíza en un lugar. Tener una cosa como la *Ciudad Deportiva de San Adrià* y que cada sábado cada domingo vayan cientos y miles de niños, a jugar con la camiseta de Espanyol. Eso es lo que te hacen estar enraizado en la ciudad (…) y luego la otra cosa: conseguir un estadio propio y ya, desde al principio

> que estábamos en Montjuic, él hizo todo eso proceso de…bueno, comprar un terreno…construir el Estadio de Cornellá (OLIVA, 2017)[474].

Enquanto estive em Barcelona, ouvi de alguns torcedores que Llibre havia endividado muito o clube, enquanto outros tinham nele uma memória muito positiva. Fidalgo, escrevendo ainda 2009, afirmaria que a gestão de Daniel Sanchez Llibre era uma das que mais levantava polêmicas entre os aficionados do clube (mesma opinião de Hierro), mas que ele fazia o seguinte balanço:

> Y há conseguido que el Espanyol supere la peor crisis de los últimos cuarenta años. Tenemos un campo nuevo. Hemos ganado títulos. Tenemos más socios. Pero sobre todo há recuperado el orgullo de ser perico. Hemos pasado de ser un club de gente que se escondía en el armario a otro en que miles y miles de espanyolistas lucen orgullosos sus pegatinas con el perico en el casco de la moto, en sus carpetas para ir a clase, en sus coches (FIDALGO, 2009:14)[475].

"Adelante!"*: Pericos* à Montjuíc

Uma das primeiras estratégias de Llibre ao assumir o clube (1997), foi promover nova campanha publicitária sofisticada para atrair os *sócios abonados* para o *Espanyol*, fazendo-se divulgações nas ruas, periódicos e na TV, conclamando todos a "subir para Montjuïc"[476], campanha que ao fim foi eficaz no aumento de sócios *abonados*. Em um dos spots, desta campanha, mostrava-se vários *pericos* se mudando em direção ao *Estádio Olimpico de Montjuic*, inicialmente sobre um ambiente de desânimo, mas que se torna um clima de carnaval, e ao final conclama o torcedor a se tornar *abonado.*

---

[474]"... teve a agenda muito clara: 'Bem, estamos no [Estádio] Montjuic, não temos casa. O que temos que fazer daqui a dez, quinze anos?' Ou seja, ele fez algo muito difícil no mundo do futebol, que é ter um pouco de visão a médio e longo prazo. Há muitos que não, que é como apenas pensar na "equipe para o próximo ano ...". Ele teve uma visão de longo prazo, que foi Cidade Esportiva de San Adrià: o futebol de base. A Cidade Esportiva de San Adrià não existia quando ele chegou, ela não existia. E é isso que te enraíza em um lugar. Tendo uma coisa como a Cidade Esportiva de San Adrià e todos os sábados todos os domingos, centenas de milhares de crianças vão brincar com a camisa do Espanyol. É isso que faz você se enraizar na cidade (...) e depois outra coisa: conseguir seu próprio estádio e já, desde o início que estávamos em Montjuic, ele fez todo esse processo ... bem, comprar um terreno ... construir o Estádio de Cornellá.".

[475]"E ele conseguiu que o Espanyol superasse a pior crise dos últimos quarenta anos. Nós temos um novo campo. Nós ganhamos títulos. Nós temos mais sócios. Mas acima de tudo, ele recuperou o orgulho de ser um periquito. Passamos de um clube de pessoas escondidas no armário para uma em que milhares e milhares de espanyolistas orgulhosamente usam seus adesivos com o periquito no capacete da motocicleta, em suas pastas para ir para a aula, em seus carros.".

[476]Oliva (2017), destaca que o aluguel de Montjuïc custaria mais de 50 mil euros ao mês, para o clube.

Figura 36 - Pericos à Montjuïc

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=tAl-H7-lb_g Acesso em: 13 jan. 2018.

O *Estádio Olímpico de Montjuíc*), depois apelidado como "Muntaña Màgica" (segundo a periodista Maria Carmen Juárez certamente não teria sido um apelido dado por um *perico*)[477], é um estádio público que fora construído em 1929, para a Exposição Internacional de Barcelona. Era considerado o segundo maior estádio do mundo na ocasião da sua construção, e destinado a sediar os Jogos Olímpicos de 1936 que acabariam se realizando em Berlim (AJUNTAMENT DE BARCELONA, 201?). Em 2001, o *Ajuntament de Barcelona* (prefeitura) modificou o nome do estádio para *Lluís Companys,* em um ato de homenagem póstuma. *Companys* era presidente da *Generalitat* da Catalunha na década de 1930, mas depois capturado pelos nazistas na França, entregue e fuzilado pelo regime franquista em 1940 (ABC, 2001)[478]. O *Estádio Olímpico de Montjuíc* seria totalmente reformado para as Olimpíadas de Barcelona de 1992.

Oliva (2017), tal como o Sr. Roig e a Sra Araceli, destacou que a mudança para *Montjuíc* foi acompanhada, mais uma vez, da histórica indiferença do governo local para com o clube (diferente da relação que teria com o *FC Barcelona*), que face àquelas dificuldades não obteve nenhum apoio, pelo contrário: a prefeitura de Barcelona passaria a cobrar um aluguel alto do clube, pelo uso do novo estádio:

> *Montjuic* era un campo del ayuntamiento, era un campo del ayuntamiento que, mientras otros clubs de España jugaban en campos públicos del ayuntamiento a un precio en muchos casos a un precio de 1 euro, o sea gratis para darle uso, al estadio a nosotros el ayuntamiento de Barcelona nos hacía pagar una millonada a cada mes (…) nosotros tenemos, ahora no recuerdo la cifra…creo está apuntada en el libro, pero nosotros teníamos que pagar un alquiler cada mes al ayuntamiento de Barcelona súper grande, de varios millones (…) porqué el *Espanyol* no era… El *Espanyol* derriba *Sarriá* ¿no? Se queda sin casa propia, tiene que ir a buscar otro campo donde jugar que es el lugar donde se habían hecho los juegos olímpicos, el *Estadio de Montjuic*, pero como la propiedad es de del Ayuntamiento de Barcelona, el ayuntamiento le dice

[477]Cf. Mundo Deportivo, 02 ago. 2009, pg 22. Reporta-se a inauguração do novo estádio Cornellá, mas rememorando a estada em Montjuíc: "Hubo destierro forzado a Montjuïc la'montaña mágica', como algunos (por supuesto ningún o era perico) la bautizaron para intentar que la masa social blanquiazul acudiera al Olímpic con alegría."

[478]Cf.http://www.abc.es/hemeroteca/historico-31-03-2001/abc/Deportes/el-estadio-de-montjuic-a%C3%B1adira-el-nombre-de-lluis-companys_21434.html Acesso em: 31 mar. 2018.

> al Espanyol: “bueno, si usted si quiere venir aquí utilizar esto, tiene que pagar!”. Hay muchos otros lugares de España, donde el estadio, donde juegan los equipos, es de titularidad pública, es del ayuntamiento. Y el estadio, y el estadio…y como el equipo es algo que es de toda la ciudad, bueno pues, se considera que no se le tiene que pagar al ayuntamiento. Y si considera también que el equipo, el club está haciendo un uso, y eso uso es provechoso para el estadio, porqué, por ejemplo, el *Estádio Olímpico* antes de que llegara *Espanyol* estaba cayendo a trozos el *Espanyol* fue lo único que le daba uso (…) a nosotros nunca las administraciones nunca nos han tratado bien, está claro, es un hecho demostrado. Lo que representa Barcelona, lo que representa Catalunya es el Barça, y nosotros no nos sentimos bien tratados por la administración (OLIVA, 2017)[479].

O memorialista Xavier Ruiz Hierro rememorou a ida para *Montjuíc* como uma época de promoções comerciais para associar-se ao clube (também da existência de uma pequena loja do clube anexa ao estádio, que forneceria boas receitas à instituição), aumento de sócios, revelação de jogadores e de êxitos esportivos (duas Copa do Rei e uma final da Copa UEFA), embora destacando que era mais difícil o deslocamento até lá em relação ao *Sarriá* (diferente da opinião do Sr. Roig). Entretanto, segundo ele, as arquibancadas eram muito afastadas da torcida, e nessa época já não havia espaços para ficar em pé no estádio.

Figura 37 - Estádio Olímpico de Montjuíc

Fonte: Canóvas & Malagarriga (2009); Acervo do autor.

Houve tentativas de formar uma nova *Curva Jove* em Montjuic (como o *Irreductibles* no *Sarriá*) sob a liderança da *Juvenil*, mas os subgrupos se fragmentariam enquanto as *Brigadas*

[479]“Montjuic era um campo da prefeitura, era um campo da prefeitura que, enquanto outros clubes da Espanha jogavam em campos públicos da prefeitura a um preço em muitos casos a um preço de 1 euro, ou seja grátis para dar-lhe uso, o estádio para nós a Prefeitura de Barcelona nos fazia pagar uma fortuna a cada mês (...) temos, agora eu não me lembro dos números ... eu acho que está escrito no livro, mas tivemos que pagar um aluguel altíssimo todos os meses para a prefeitura municipal de Barcelona, de vários milhões (...) porque o Espanyol não era ... O Espanyol implodiu o Sarria, certo? Ele, então, ficou sem casa própria, ele tem que encontrar outro campo para jogar, que é o lugar onde os Jogos Olímpicos foram disputados, o Estádio de Montjuic, mas como a propriedade pertence à Prefeitura de Barcelona, o município diz ao Espanyol: "Bem, se você quer vir aqui para usar isso, você tem que pagar!" Há muitos outros lugares na Espanha, onde o estádio, onde as equipes jogam, é propriedade pública, é da prefeitura. E o estádio, e o estádio ... como a equipe é algo que é de toda a cidade, bem, considera-se que você não tem que pagar a prefeitura. E se você também considerar que a equipe, o clube está fazendo uso, e que o uso é rentável para o estádio, porque, por exemplo, o Estádio Olímpico antes do Espanyol utilizar estava caindo aos pedaços, o Espanyol foi o único coisa que lhe deu uso (...) Nós nunca fomos bem tratados pelas administrações, isto é claro, é um fato comprovado. O que representa Barcelona, o que representa a Catalunha é o Barça, e nós não nos sentimos bem tratados pela administração.”.

Blanquiazules buscavam uma existência autônoma no estádio, e acusavam as diretivas de quererem isolar eles (VIÑAS, 2005; SPAAIJ, 2006). Em 2002-03, houve nova tentativa, e novamente houve desentendimento das *Brigadas Blanquiazules* (muito enfraquecida, e que abandonou a ideia) com os *Juvenil 1991*, ficando o projeto à cabo destes e de outro grupo denominado *Eternos* (com vários remanescentes das *Brigadas Blanquiazules*). O grupo se formou, se autodenominaria "apolítico" e antiviolência, convergindo para eles vários outros pequenos grupos. Chegariam a contar com 2 mil membros, com muitas mulheres (20%) e jovens, mas também pessoas acima dos 30, sendo apoiados pela diretiva que entendia que aquela *grada* ajudava a melhorar a imagem do clube (SPAAIJ, 2006). Já um representante da própria *Curva RCDE*, afirmou que o grupo se chamaria *La Curva RCDE 1900*, e que esta *grada* apesar de "apolítica" (com liberdade política para seus membros individualmente), algumas vezes seria acusada de relacionar-se com política. Por outro lado, os *Brigadas Blanquiazules* criticavam o clube pelo suporte a essa "grada", e também conflitavam e agrediam membros dela. As *Brigadas Blanquiazules,* nessa época, estavam muito fracas, vinha de uma geração os quais já não viviam o futebol como no passado, e estavam bem controlados pela polícia, embora alguns incidentes (violência, racismo ou vandalismo) com eles ainda fossem reportados dali em diante. Segundo um membro da Curva RCDE, as *Brigadas Blanquiazules* começariam a debilitar-se desde os inícios da década de 1990, com o combate mais forte às *gradas ultras* na Espanha. A época da entrevista, ele afirmou ainda que "algunos de sus miembros siguen acudiendo a Cornellá a título individual" (Curva RCDE, 2017)[480]. O memorialista Xavier afirmou que o ponto alto das *Brigadas* fora no estádio do *Sarriá*, mas que muitos torcedores do *Espanyol* não gostavam dos seus cantos e por vezes os vaiavam: "El grupo cada vez fue a menos y después de hacer cierta "limpieza", evolucionó a una grada de animación que fue *La Curva*"[481] (refere-se a *Curva RCDE* formada em 2002, já no *Estádio Olimpico de Montjuic*). O periodista e memorialista Hector Oliva relembrou as *Brigadas Blanquiazules* como aqueles que metiam política onde, em sua opinião, não deveria haver.

Ainda em fins da década de 1990, em meio a aceitação de mudança de estádio, Palomares (2001), afirma que começou a se disseminar a possibilidade da mudança do nome do clube para *Olímpico de Barcelona*, *Athletic de Sarriá* (GONZÁLEZ, 2012) ou mesmo *Olímpico da Catalunya*. Ao que parece, o nome *Espanyol* não parecia aos propositores da

[480]"Alguns de seus membros seguem indo a Cornellá, a título individual.".
[481] "O grupo cada vez foi menos e depois de ter uma certa limpeza, evoluiu a grupo de animação que foi *La Curva*.".

mudança, positivo em termos de marketing em Barcelona e na Catalunha[482]. Por outro lado, argumentava-se (e entre eles estava Palomares), que a mudança do nome provocaria o desparecimento da massa social do clube, pela perda de identidade já que não seria possível disputar aficionados com o *FC Barcelona*, considerando que o grande diferencial do clube para manter a sua massa social era a *tradição* e *lealdade* que o clube possuía já estabelecidas entre eles. Sobre aquelas discussões, Palomares afirma que marcou-se um jantar entre pessoas influentes e antigas no clube para discutir a questão: "Se habló largo sobre el tema y se llegó a la conclusión de que el *Espanyol*, como cada una de las personas que lo forman, es como es y se llama como se llama." (PALOMARES, 2001:565). Na Junta Geral de Acionistas em 4 de dezembro daquele ano, novamente discutiu-se e sacramentou-se a questão como pela não mudança de nome.

Segundo Fidalgo (2009), nessa época, o presidente Daniel Llibre foi uma figura importante que conseguiu melhorar a abertura e a integração do clube com a sociedade catalã. Mais do que isso, teria (através das suas alianças políticas) conseguido acordos importantes para o clube, como a boa requalificação dos terrenos do *Sarriá* para venda, a modificação de uma lei que favoreceria o *Espanyol* na construção do seu novo estádio, um empréstimo em 2005 que permitiu o clube recompor as suas dívidas, e contratos expressivos de televisionamento com a *TV3* (canal autônomo na Catalunha). Ao longo desses anos o número de sócios (neste caso *sócio abonados*) do clube aumentaria crescentemente (de cerca de 22 mil em 1997 para 35 mil em 2010), tal como de *penyes* (de 70 em 1990, para 190 em 2011). Alguns fatores parecem ter sido destacados neste aumento: o retorno e permanência na primeira divisão, a partir de 1994, os títulos do clube nas *Copa del Rey* de 1999-2000 e 2005-2006, e a construção de um novo estádio próprio, terminado em 2009.

"Saia do baú!" e com *orgulho*: em busca de um melhor *encaixe* na globalização

A gestão de Daniel Llibre teve várias medidas que pareciam buscar, em conjunto, um modelo para o clube efetivamente sustentável, e um melhor *encaixe* no "futebol negócio". Nessa busca destaca-se a promoção de narrativas que começavam a sintonizar-se a imagem do clube (utilizando ferramentas tecnológicas mais recentes) com *identidades descentradas* (com

[482]Palomares (2001:389), afirma que ainda em 1987, a equipe de basquete do clube teve seu nome modificado para GIN MG-Sarria, susbtituindo temporariamente GIN MG-Espanyol, porque o patrocinador da equipe acreditava que seus produtos poderiam sofrer rejeição no País Basco. Ao fim, após alguns desentendimentos, o nome original voltaria a ser utilizado no ano seguinte.

o clube exaltando-se como um clube de *minorias*, e *orgulhoso* de si), mas também com uma nova inflexão para uma catalanidade mais pronunciada. Por essa época, também, o clube criaria uma *fundação social* (as *penyes* e torcidas do clubes também passaram a engajar-se em causas sociais), que revelava uma preocupação da diretiva do clube em fortalecer o sentimento de comunidade e combater a *atomização* na sociedade globalizada (embora houvesse aí também uma forte motivação pelo fortalecimento e *consumo* da marca).

Assim, no final do ano de 1997, o clube criaria uma sociedade filial ao clube, denominada *RCD Espanyol DG* com a finalidade de administrar os chamados (por muito tempo na Espanha) de "ingresos atípicos", ou seja, receitas provenientes de contratos de tv, merchandising, licenciamento e patrocínio esportivo. No ano de 1998, a junta de Sanchéz Llibre criaria também a "*Fundació Privada RCD Espanyol de Barcelona*", destinada a promover o reconhecimento da história do clube, fomentar a sua expansão social, ações sociais, potenciar a prática do esporte e a formação cultural e humana dos aficionados do desporto. Um dos reflexos dessa associação seria o próprio livro de Palomares, patrocinado pela instituição.

É importante destacar, também, que a gestão de Sánchez Llibre passou a adotar por essa época ferramentas mais sofisticadas de marketing esportivo para o clube. Remodelou a identidade corporativa da instituição (o que Giulianotti chamaria de *branding*) e promoveu várias campanhas de marketing social que teriam dado mais coesão social aos torcedores do clube, tais como eventos com imigrantes, torneios de futebol 3 x 3 e outros eventos lúdicos para a torcida, além de descontos para assistir obras de teatro e distribuição de livros para a torcida e homenagem a escritores *pericos* (FIDALGO, 2009). Além disso, o clube remodelou o seu site, passou a ser reativo com a imprensa produzindo notas oficiais e trabalhando para produzir notícias positivas do clube. Ainda, criou publicações próprias como *Perico matx*, e *Infoacció* e um canal de tv próprio do clube, chamado *Espanyol TV.*

Ainda em 1998, por ocasião do centenário do clube, uma comissão organizadora para comemorar o centenário do clube foi formada. A partir dela, várias festividades foram programadas e realizadas no Estádio de Montjuíc, relembrando as origens universitárias do clube, realizando-se apresentações da dança típica catalã (a *sardana*) e um mosaico com as cores da bandeira da Catalunha, e outro com o azul e branco do clube. Para as comemorações, também se lançou um mascote, o *Som-hi!* (algo como "vamos em frente"), uma espécie de camisa "animada" representando um clube que superava as adversidades. Também, decidiu-se

fazer um novo hino para acompanhar aquele sentimento de "nova era"[483]. O hino, dessa vez, seria todo em catalão, e foi ouvido publicamente no estádio *Montjuíc*. Palomares (2001), um dos letristas do novo hino, afirma que ele seguia o "espírito" dos anteriores, menos reivindicativo, porém, do espaço desportivo do clube na Catalunha e em Barcelona, já que este estaria consolidado. Neste hino um dos primeiros versos já declara "Surt del Pit" (saia do baú), ao que parece chamando o torcedor a não "ter vergonha" do seu clube. Basicamente, o hino parece reforçar que o clube é um clube catalão, com orgulho da "sua terra", unido pelas cores (azul e branca), pelas "gerações", pela "fidelidade", pela "coragem" e pelo "esporte", e que seriam "nobres" pela atitude e não pela política (pois aí eles seriam "neutros"). Segundo o memorialista Hector Oliva, o novo hino não se disseminou muito entre a massa social por ser difícil de aprender.

[483]Além do hino oficial, seria feito também um hino em catalão (pelos mesmos autores) para as penyes do clube, no mesmo ano, denominado Som de l´Espanyol (PALOMARES, 2001). Basicamente este hino ressaltava que a "gente" do Espanyol era lutadora, fiel e tinha orgulho de ser da Catalunha, tal como o novo hino da entidade.

Hino de 2000

Espanyol!
És el crit; (*É o grito*)
Espanyol!,
Surt del pit. (*Saia do Baú.*)

Espanyol!
Espanyol!
Espanyol!

A la grada i a la gespa (*na torcida e no campo*)
l'Espanyol ens ha unit, (*Espanyol nos uniu*)
esportiva la bandera (*bandeira esportiva*)
Blanc de cor i blau d'esperit. (*branco de cor e zul de espírito*)
Són colors forjats en la noblesa (*são cores forjadas na nobreza*)
que amb honor portem (*que com honra portamos*)
per tot el món (*por todo mundo*)
Com un cant d'amor a nostra terra, (*como um canto de amor a nossa terra*)
La terra de l'Espanyol. (*a terra do Espanyol*)

Jo t'estimo, Espanyol. (*te estimo Espanyol*)

Ets l'orgull de l'esport (*é o orgulho do esporte*)
i de Catalunya glòria. (*e da Catalunha é a glória)*
Jo t'estimo, Espanyol.

Espanyol!
Nostre crit;
Espanyol!
Surt del pit.

Espanyol!
Espanyol!
Espanyol!
Espanyol!

Sempre el teu rival respectes, (*respeite sempre o seu adversário*)
fent ressó del nostre anhel; (*ecoando nosso anseio*)
però al damunt de la gespa, (*mas acima do gramado*)
no n'hi ha cap de més valent. (*não há ninguém mais corajoso*)
Avis i néts, en noble nissaga, (*avós e netos, em foice nobre*)
som una sola generació, (*somos uma só geração*)
el cor encès i la ment molt clara (*o coração ligado e a mente muito clara*)
Fidels sempre a l'Espanyol (*Sempre fiel ao Espanyol*)

Composição: Cassá de la Selva Antoni
Letra: Juan Segura Palomares

Fonte: Palomares (2001).

No plano do patrocínio esportivo, Llibre renovou o seu patrocínio na camisa do clube em 1999 (ele era o patrocinador máster desde 1995), e pagaria cerca de 50 milhões de pesetas (€ 300 mil) por temporada, pelo patrocínio (LA VANGUARDIA, 1999)[484]. Segundo Fidalgo (2009), o patrocínio de Llibre abriria caminho para os outros patrocinadores que viriam depois, e que não necessariamente eram de Barcelona (como *Futvol, Vittel, Grup Tarradellas, Quat* e *Interapuestas*). Houve também a saída da *Puma* (como fornecedora do uniforme) para marca espanhola *John Smith.* Esta marca ficaria de 1999 a 2002, pagando 185 milhões de pesetas por 3 anos (LA VANGUARDIA, 1999)[485](€ 1,2 milhões). Já no final de julho de 2000, o jornal *La Vanguardia* anuncia o patrocínio comercial máster do portal de futebol *futvol.com* (um grupo majoritariamente espanhol que explorava a venda de conteúdos midiáticos) com o clube (substituindo o patrocínio de "Dani") pelo valor de 150 milhões

[484]Cf. La Vanguardia, 30 mar. 1999, pg 31.
[485]Cf. La Vanguardia, 7 jul. 1999, pg 39.

de pesetas anuais (€ 900 mil, ficariam por 2 anos no clube). Essas camisas continuavam trazendo designs inovadores, e uma delas comemorava o centenário do clube (quadriculada):

Figura 38 - Camisas John Smith

Fonte: Camisetas Sport Club (2019).

Em 2002-2003, *Vittel Mobile* seria o novo patrocinador comercial *master*, mas não obtivemos mais informações, senão que se tratava de uma empresa do ramo telefônico, e que seria adquirida pela *Telefônica* no ano seguinte (MOLERO, 2016). Ainda na temporada 2003-2004, Daniel Sanchez Llibre voltaria a patrocinar a camisa do clube por € 750 mil (MUNDO DEPORTIVO, 2003). Entre 2004 a 2006, seria substituído pelo patrocínio do *Grup Tarradelas*, naquele momento também um dos maiores acionistas do clube, Sebastian Xavier envolvido com negócios imobiliários.

No caso da fornecedora de material esportivo, no lugar da espanhola *John Smith*, assumiria a inglesa *Umbro* entre 2002 e 2006 (a *Umbro* seria vendida para *Nike* em 2007). Em 2005, o clube já teria contratos (além desses patrocinadores na camisa) com um clube de "sócios patrocinadores" mais permanentes, como a *Interapuestas,* a *Coca-Cola, Estrella Damm*, *La caixa, TV3* e *Hotel Hesperia* (MUNDO DEPORTIVO, 2005). Foi nessa época (2005), também, que houve outra sensível modificação no escudo (coroa), neste contexto de sofisticação de publicidade e padronização frente as novas mídias:

Figura 39 - Escudo do RCD Espanyol modificado em 2005

Fonte: Site do clube (2018).

Em 2006, o clube novamente alteraria o patrocínio esportivo da inglesa *Umbro* para alemã *Uhlsport*, pelo menos até 2010. Por essa época, as mangas da camisa também começam a ser estampadas com o patrocínio da TV catalã *TV3*.

Figura 40 - Camisas Umbro e Uhlsport

Fonte: Camisetas Sport Club (2018).

Em meados de 2006, o patrocínio entre *Quat* (também acionista do clube) e *Espanyol* se firmou, e o clube receberia € 3 milhões por dois anos, apresentado como um valor recorde e quinto melhor acordo desse tipo na *Liga*, segundo o periódico Mundo Deportivo (2006)[486]. *Quat* seria um

[486]CF. Mundo Deportivo, 3 jun. 2006, pg 28.

grupo ligado a várias empresas, anexado ao grupo *Navas* que atuaria dentro e fora tanto de Barcelona como da Espanha, em vários ramos, o principal seria da construção, mas também maquinaria de obras públicas, venda de louças, talheres, porcelanas e alimentação. O grupo *Quat* teria como representante máximo o empresário Antonio Martín, que era também conselheiro do clube, terceiro maior acionista da entidade e que até então trabalhava em comissões desportivas e executivas no *Espanyol*. De 2008 a 2011 o clube teria sua camiseta patrocinada pelo *Inter-apuestas*, uma empresa de apostas existente desde a década de 1990, já ligada ao clube anos antes (e com anúncios na parte de trás da camisa) que tinha sede em Malta e Áustria (MOLERO, 2016).

Numa análise da trajetória dos fornecedores esportivos e patrocínios comerciais, o *RCD Espanyol* parece ter seguido o caminho da maioria dos clubes espanhóis nesse sentido, desenvolvendo associações mais efêmeras com empresas multinacionais, ou nacionais de porte médio. Na Espanha foram mais o *FC Barcelona*, *Atlético de Madrid*(ambas com a *Nike*) e *Real Madri* (*Adidas*) que desenvolveram parcerias duradouras com empresas transnacionais de protagonismo mundial desde fins da década de 1990, embora também o *Valencia CF* (*Nike*) e o *Athletic de Bilbao* (*Adidas,* depois utilizando marca própria) parece que tiveram também associações mais duradouras, se comparados ao resto dos clubes.

Em termos de patrocínio comercial, o clube parece ter enfrentando certa rejeição, mas que foi contornada no processo de globalização (sobretudo) pelos grandes empresários que eram diretivos ou acionistas (é o caso de Jordi Labastida com *Araña*, Daniel Sanchez Llibre com *Dani Conservas*, Sebástian Xavier com *Grup Tarradelas* e Antoni Martín com *Quat*). De todo modo, conseguiu também se associar a outras empresas no processo de inserção do clube no futebol negócio, mas não obteve grandes contratos com empresas protagonistas como, por exemplo, o *Real Madri* (com patrocínios de multinacionais destacadas como a italiana *Parmalat,* as alemãs *Teka* e *Siemens* e a austríaca *Bwin*).

***Resilientes*: Formando atletas, dificuldade em segurá-los e raras glórias**

Em 1999, o clube colocaria a pedra fundamental da "*Ciudad Deportiva*" (inaugurada em setembro de 2001), em um dos terrenos adquiridos ainda dentro dos acordos para requalificação e venda do *Estádio Sarriá* (OLIVA, 2017), numa cidade adjacente à cidade de *Barcelona* denominada *Sant Adriá de Besòs*. A intenção seria fomentar cada vez mais as categorias de base do clube ou adquirir jogadores "semi-prontos" numa rede interligada com clubes menores (uma estratégia que passou a ser muito desenvolvida na Espanha, pelos clubes de ponta), considerada como primordial

para o crescimento da instituição. Para a construção daquela estrutura, o clube buscou o financiamento externo, o que levou a conflitos entre Llibre e um dos principais acionistas do clube, Juan Manuel Lara Bosch.

O investimento na base já estaria trazendo frutos na gestão de Daniel Sánchez Llibre (desde seus inícios, por exemplo através da revelação de Raúl Tamudo ou Daniel Jarque), sobretudo por técnicos (como Brindisi e Paco Flores) que dariam oportunidades e que conheciam os jogadores. Mas também pela parceria que tinha o clube com o *Cristinenc-Espanyol* desde 1991, que representava o "*Espanyol B*", e que fornecia bons jogadores a equipe principal (OLIVA, 2017). Nos inícios do XXI, a nova "Ciudad Deportiva", revelaria outros jogadores para a equipe principal (como Ferrán Corominas) e serviria para desenvolvimento de boas campanhas também para equipe de futebol feminino do clube (OLIVA, 2017). Segundo Hierro (2017), o foco na formação de jogadores passaria mesmo a embasar a estratégia de negócios do *Espanyol*, a partir de então, mas tal modelo declinaria com os anos:

> Su modelo económico se basa en vender un par de jugadores por temporada y fichar gente nueva, pero este modelo va debilitando el potencial del equipo, lo que le hace cada temporada menos competitivo. Llega a avalar con su patrimonio [Daniel Llibre] para hacer algunos fichajes, cosa que es de agradecer, pero cuando se realizan ventas, un sector de socios le critica por hacer negocio en estas gestiones. Su modelo de gestionar el club no era ya viable, las deudas son demasiado importantes y no se genera dinero suficiente (HIERRO, 2017)[487].

Nessa linha, a dificuldade de manutenção de jogadores seria um dos temas recorrentes entre as pessoas ligadas ao *RCD Espanyol*. Antoni Roig (*penysta),* por exemplo, afirmaria que a agremiação, apesar de sempre ter contratado (e revelado) bons jogadores, sempre precisava vendê-los muito cedo, e quando vendia muitas vezes não tinha um bom retorno porque não possuía grandes porcentagens de direitos sobre o jogador. Opinião parecida expressaria um membro da *CURVA RCDE*. Por outro lado, a presidência e o acionista majoritário chinês do clube, desde 2015/2016, Chen Yansheng, seriam também vistos um marco irruptivo naquela trajetória:

> En los últimos años, el Espanyol tenía bastantes deudas y se veía obligado a vender jugadores cada verano para ir pagando dichas deudas. Desde que el nuevo accionario chino entró en el club [2015], dichos problemas económicos ya no existen y el club tiene incluso más dinero para poder fichar y retener a sus mejores jugadores. Ya no está obligado a vender por razones económicas (CURVA RCDE, 2017)[488].

---

[487]"Seu modelo econômico é baseado na venda de alguns jogadores por temporada e contratar jogadores novos, mas esse modelo enfraquece o potencial da equipe, o que a torna menos competitiva a cada temporada. Ele chega a avalizar com seu patrimônio para fazer algumas contratações, algo que é para ser grato, mas quando as vendas são feitas, uma parte dos sócios o critica por fazer negócios nessas administrações. Seu modelo de administração do clube não era mais viável, as dívidas ficam muito altas e não é gerado dinheiro suficiente.".

[488]"Nos últimos anos, o Espanyol teve muitas dívidas e foi forçado a vender jogadores cada verão para pagar essas dívidas. Desde que o novo acionista chinês entrou no clube [2015], esses problemas econômicos já não existem mais e o clube tem ainda mais dinheiro para contratar e manter seus melhores jogadores. Já não é mais obrigado a vender por razões econômicas.".

Em termos desportivos, inicialmente a gestão Llibre não teve grandes problemas (embora tenha enfrentado alguma dificuldade na temporada 1999-2000), e Xavier Hierro (2017) afirmou que talvez tivesse sido a mais vitoriosa do clube (entre 1997-2011). Conforme já referido, foi uma gestão que revelou vários jogadores da base, que ascenderiam a equipe principal, e participariam daquelas campanhas. O clube também esteve ameaçado seriamente de queda para segunda divisão várias vezes: em 2003-2004, 2005-2006 e 2008-2009. A perda de jogadores ídolos, as constantes lutas contra o rebaixamento, e a reconstrução do clube, parecem ter ajudado a consolidar uma identidade de *resiliência* e exaltação da *fé* entre os torcedores do *Espanyol*, como eu perceberia entre os memorialistas e pessoas que entrevistei em Barcelona.

Em termos de conquistas, o clube conquistaria a *Copa do Rei* em 2000, justamente ainda em meio as comemorações do centenário do clube, após 60 anos de jejum de títulos nacionais. Houve uma grande comoção naquela conquista, e esse título foi lembrado com muita empolgação pelos meus entrevistados. Nas fotografias do livro de Palomares aparecem sempre multidões de *espanyolistas* na *Plaça Sant Jaume*, e em *Montjuíc*, destacando-se uma grande maioria de bandeirinhas azul e brancas, algumas *senyeras* dividindo espaço com algumas bandeiras da Espanha.

Em 2006, novamente o clube venceria a *Copa do Rei* e em 2007 chegaria mais uma vez a final da *Copa UEFA* (depois de quase 20 anos, final dessa vez decidida em um jogo apenas, em Glasgow), perdendo o título para o *Sevilha FC*, nos pênaltis. As memórias que obtive, e os memorialistas do *Espanyol* não recordam essa derrota com tanto trauma quanto a de 1987-88. Sobre ela, Oliva (2017:136) declararia "No hay duda de que somos los campeones de la mala suerte (…) Pero la derrota, siendo dura, no dolió como la de Leverkusen, quizá porque nada es tan fatídico como la primera vez, quizá porque el contexto era otro.". Enric González, por sua vez, afirmaria:

> …aunque se te queda la misma cara de tonto, ya sabes de qué va el assunto y no es igual que la primera vez. No digo que no duela, puede doler incluso más. La segunda vez, sin embargo, sabes que se sobrevive. Dicho esto, no estoy seguro de poder resistir un tercer golpe de este tipo" (GONZALEZ, 2012:58)[489].

Ainda um enclave *tradicional* na Catalunha: o perfil da massa social no século XXI

Uma pesquisa de 2002, no jornal *La Vanguardia*, afirmava que o torcedor do *Espanyol* era em sua grande maioria nascido na província de Barcelona (80%), era geralmente filho de catalão com imigrante (a pesquisa não fornece detalhes a este respeito, se imigrante de dentro ou fora da Espanha,

[489]"... embora você fique com a mesma cara de idiota, você sabe do que se trata e não é o mesmo, como da primeira vez. Não estou dizendo que não doa, pode doer ainda mais. Na segunda vez, no entanto, você sabe que se sobrevive. Tendo dito isso, não tenho certeza se posso resistir a um terceiro golpe desse tipo.".

mas pela data e idade imaginada mínima dos entrevistados, provavelmente fossem de dentro da Espanha). Sobre esta questão, vale a pena citar o trabalho de Silva (2018) segundo o qual os aficionados do *Espanyol* ganhariam a alcunha de "*xarnegos*" (algo como "filhos de forasteiros", de forma depreciativa) entre alguns *barcelonistas*, mas o pesquisador não se aprofunda mais sobre esta questão[490]. Ainda sobre aquela pesquisa, 10% dos torcedores do *Espanyol* teriam simpatias pelo *Real Madrid*, 8% pelo *FC Barcelona* e 38% assistiam as partidas do *FC Barcelona*[491]. Outra pesquisa, afirmava que o torcedor do clube se identificava com valores como "luta", "sacrifício", "responsabilidade", "respeito", "compromisso", "orgulho", "superação". O *espanyolista* também não teria medo de mudar e inovar, era resiliente, tinha espírito comunitário e familiar, e quase 70 % relacionavam o clube à Catalunha ou à Barcelona (e não como um clube espanhol, por exemplo) (JOHAN CRUYFF INSTITUTE, 201-?), um dado que nos chama a atenção. Ainda, esta mesma pesquisa revelava que a maioria dos adultos se motivavam em torcer pelo clube pelo "orgulho de resistir", ser "diferente", ser "único" e pelo *pertencimento* social. Haveria diferenças geracionais: as crianças gostavam do clube mais pelo pertencimento e pela diversão. O prestígio social era visto também como um objetivo sempre desejado, já que haveria um certo problema de declarar-se *espanyolista* em um ambiente em que o "normal" seria ser *barcelonista*.

Sobre o *universo aficionado* geral do *Espanyol*, obtivemos informações para o ano de 2007 sobre o perfil da massa social do clube (LLOPIS, 2015). Neste momento, na Espanha, o clube teria cerca de 1% dos torcedores no país (entre aqueles que diziam aficionar por um clube), o que significaria que 300 mil pessoas torceriam pelo *blanquiazul*. Para se ter um parâmetro de comparação o *Real Madri* teria 32,8 % de torcedores no país, o *FC Barcelona* 25%, o *Valencia CF* 5,3 % e o *Sevilha FC* 2,3 % nesta mesma pesquisa (sem contar os simpatizantes desses clubes). Como não obtivemos dados anteriores a 2007, é difícil concluir se entre 1980-2010 o *Espanyol* aumentou ou diminuiu o número dos seus aficionados, mas tudo indica que se houve crescimento ele foi muito restrito, e aos *tradicionais* do clube permaneceram muito concentrados na região da Catalunha, se perpetuando, sobretudo, a partir de redes familiares.

Já em 2005, uma outra pesquisa também trazia o perfil do *sócio* do clube. O *sócio periquito* era em sua grande maioria nascido na Catalunha (89%), cuja grande parte (68%) teria se tornado

[490]"Xarnego" (catalão) ou "charnego", seria um termo depreciativo para falar de filhos entre catalães e espanhóis migrantes (de meados do XX, geralmente vindos de regiões mais pobres, com destaque para a Andaluzia). Mas esta é uma questão complexa, porque muitos migrantes dessa época se "faziam" do *FC Barcelona* justamente para integrar-se a localidade (Josep, por exemplo, um dos meus entrevistados era filhos de um murciano imigrante, com uma catalã). Daí que não parece prudente concluir por esse corte identitário entre "barcelonistas" e "espanyolistas" cuja base seria entre filhos de "catalães" e filhos de "catalães"/"espanhóis", unicamente pelos relatos que Silva (2018) coletou.
[491]Cf. La Vanguardia, 19 out. 2002, pg 3.

aficionado do clube por tradição familiar, seguindo padrões muito próximos do *aficionado tradicional* em geral. Outros dados fornecidos pela referida pesquisa é que os sócios enxergavam em sua maioria o clube como uma entidade catalã plural, integradora, que não se deixava levar pelas "modas". Uma entidade que tinha personalidade própria, que apreciava e tinha muito orgulho das categorias de base do clube. Além disso, 95% declarava que seria sempre sócia do clube, incondicionalmente, e que 48% deles preferiam que o clube adotasse o bilinguismo (30% preferiam só o catalão e 9 % preferiam só o castelhano).

Também, 41 % dos sócios eram menores de 35 anos, 60% teriam diplomas ou carreiras superiores, 70% viveriam na cidade de Barcelona, e o total seria composto por 75% homens. 90% iriam aos jogos acompanhados, 81% declaravam torcer apenas pelo clube (a maioria que torcia para um "segundo time" era maior na faixa dos que eram de fora da Catalunha, e maiores de 55 anos) e a grande maioria acreditava que o maior patrimônio emocional do clube era o sócio (mais que os jogadores da base, o *pertencimento*, os símbolos ou jogadores do clube) (LA VANGUARDIA, 2005)[492].

Já entre as *penyes,* percebe-se que elas tiveram uma trajetória crescente de 1980 à 2010 (70 para 190 *penyes*), mas mantiveram-se concentradas muito nas cercanias da província de Barcelona, e nas poucas que surgiram na Espanha e fora do país, provavelmente a maioria foi fundada por migrantes ou pessoas com alguma relação anterior com o clube de forte proximidade, o que também promoveria um caráter *tradicional* ou menos próxima ao que denominamos *lealdade moderna*. Hipotetiza-se se as *penyes* não exerceram um papel fundamental para "blindar" a comunidade espanyolista da *atomização*, pois seriam canais destacados para representação das subjetividades e heterogeneidades no interior do circuito de sociabilidades do *Espanyol*, fortalecendo o *pertencimento* coletivo. Por outro lado, mesmo tendo aumentado, elas mesmas poderiam estar sofrendo um processo de enfraquecimento e esfacelamento recentemente, pois eram assentadas em formas de sociabilidade presencial e holística, em tempos em que *identidades atomizadas* são muito presentes (em várias áreas da vida) e a *conectividade* virtual cada vez mais prevalecente. Entre essas possibilidades duas declarações chamaram a atenção: uma, do *penysta* Anton Roig (2017), de que os encontros de *penystas* (ou reuniões para ver partidas) já não eram tão fortes quanto em tempos anteriores; outra, do memorialista Xavier (2017), que disse que as *penyes* persistiam como lugares de encontro sociais, grupos para assistir partidas ou se deslocar pra ver a equipe jogar: eram como pequenas famílias, e refletiam o aspecto do próprio clube de ser uma tradição familiar.

[492] Cf. La Vanguardia, 27 set. 2005, pg 45.

Entre as pessoas ligadas ao clube que entrevistei em Barcelona no ano de 2017, todas elas se aproximavam do perfil *tradicional* de torcedor, e forneceram outros detalhes. Por exemplo, o representante da *Curva RCDE*, "*grada de* animación", que não quis identificar-se, afirmou que: "Muchos de los aficionados pericos lo son porque su padre y/o madre lo es. Es un sentimiento que se va transmitiendo de generación en generación*"* (CURVA RCDE, 2017)[493]. Ele também descreveu seu sentimento pelo clube como "muy difícil de explicar", e que eram todos como uma grande família.

O memorialista Xavier Ruiz Hierro disse que nasceu em Barcelona e que torcia pelo clube desde criança, por tradição familiar, e que alguns da família eram sócios. Declarou que começou a frequentar o estádio desde criança, e desde então sempre fora sócio (a não ser no intervalo de um ano, para servir o exército). Não fez parte de *penyes* ou *gradas*, mas sempre buscou animar a equipe como outros torcedores (como ele) também fariam. No momento da nossa entrevista mantinha uma biblioteca com livros, documentos e dados sobre o clube (um esforço considerável pelo qual não era remunerado materialmente), e havia ajudado na formulação do museu do clube no novo estádio. Além disso, afirmou que trabalhava com as categorias de base do clube.

O periodista e memorialista Hector Oliva nasceu em Terrassa (cidade da Catalunha, a 40 km da cidade de Barcelona) em 1970, e como torcedor do *Espanyol* se sentia e se motivava por aficionar pelo clube pois isso simbolizava pra ele ser "...un pece que nadava contra corriente" ("...um peixe que nadava contra a corrente"). Disse também que sua escolha pelo clube vinha por tradição familiar, embora seu sentimento torcedor havia efetivamente despertado quando o clube teve uma boa fase esportiva em meados da década de 1980, e nesse período ele ia com frequência ao estádio. Afirmou, ainda, que não era um torcedor de resultado, que a ligação com o clube era única e imutável (e imaginava que a maioria dos torcedores do clube era assim), e que talvez apenas deixasse de acompanhar o clube, com a mesma frequência, quando ele tivesse um desempenho abaixo do esperado.

A presidente da federação de *penyes* do *Espanyol* desde 2017, Sra Araceli Pérez vinha de uma família catalã e torcedora do *Espanyol*. Ela torcia e acompanhava o clube desde criança, fazendo parte também de uma *penya* de sua cidade chamada *Los Incansables.* Declarava-se torcedora fiel e vitalícia do clube[494].

Anton Roig era presidente de uma *penya* em *Réus* (Província de Tarragona, na Catalunha) a 100 km da cidade de Barcelona, denominada *Penya Blanc i Blava* a qual ajudara a criar em 1974, e

[493]"Muitos dos torcedores do Espanyol são porque seu pai e/ou sua mãe é. É um sentimento que vai se transmitindo de geração em geração.".
[494]Cf. https://vozperica.com/araceli-perez-el-espanyol-ha-sido-una-fidelidad-toda-la-vida/ Acesso em: 31 mar. 2018.

ajudava a Sra Araceli na presidência da federação de *penyes* do *Espanyol*. Ele afirmou a torcida pelo *Espanyol* começou em sua família quando seus avôs (de Reus) foram convidados pra assistir uma partida do clube, e desde então influenciariam na disseminação da torcida pelo do clube por toda família.

Outro dado, o qual se acredita importante fazer menção, é que esses torcedores *tradicionais* não estavam alheios a cultura/identidade do *consumo* ou à *conectividade* na sua relação com o *Espanyol*, mas que essas práticas se combinavam e as vezes até reforçavam a sua relação de *tradicionalidade*, que predominava.

Nesse sentido, o memorialista Xavier afirmou que quando o clube tem uma fase positiva esportivamente "salen ´periquitos´ por todas as partes", capazes de encher o estádio em uma final, entretanto o clube teria também um núcleo de torcedores irredutíveis, presentes em qualquer situação. Xavier afirmou que os torcedores do *Espanyol* haviam se tornado muito ativos na rede (um dos motivos seria porque seriam pouco divulgados na mídia habitual), com o a ascensão da internet, e que eram grandes consumidores de artigos do clube. De forma geral, não acreditava que havia diferenças entre o grau de passionalismo entre torcedores comuns e os *gradas* (torcedores organizados). Entre as suas descrições do sentimento *perico,* por Xavier, destaco as seguintes:

> El "periquito" ha de ser militante y convencido para poder hacer frente al eterno rival y el bombardeo mediático al que estamos sometidos, donde se magnifica cualquier cosa del vecino y se ningunea las noticias de nuestro equipo. A nivel nacional solo R.Madrid y FC Barcelona importan y a nivel de Catalunya, TV3 la tele que pagamos todos los catalanes, toma partido claramente por un solo club (XAVIER, 2017)[495].
>
> Esencialmente que somos incondicionales. Si hay partido, allí estaremos, vayamos bien en la clasificación o vayamos mal. Incluso en momentos complicados o de descensos a segunda división, es cuando más se apoyado al equipo, incluso en desplazamientos a campo contrario […] Ser periquito es una filosofía que traspasa a otros ámbitos más allá de lo deportivo. Es una manera de entender la vida y ver la grandeza de las pequeñas cosas (XAVIER, 2017)[496].
>
> No podemos caer en manos de las mayorías. Las minorías merecen respeto, en cualquier ámbito de la vida (XAVIER, 2017)[497].

[495]"O "periquito" deve ser militante e convencido, para ser capaz de enfrentar o eterno rival e o bombardeio da mídia a que estamos sujeitos, onde qualquer coisa do vizinho é ampliada e as notícias de nossa equipe são ignoradas. A nível nacional, apenas Real Madrid e FC Barcelona importam, e ao nível da Catalunha, a TV3, a TV que todos os catalães pagam, claramente toma partido de apenas um clube .".

[496]"Essencialmente, somos incondicionais. Se houver uma partida, estaremos lá, estejamos bem na classificação ou estejamos mal. Mesmo em momentos complicados ou de descidas para a segunda divisão, é quando a equipe é mais apoiada, mesmo em viagens para jogos fora de casa [...] Ser periquito é uma filosofia que transcende outras áreas além do esporte. É uma maneira de entender a vida e ver a grandeza das pequenas coisas.".

[497]"Não podemos cair nas mãos das maiorias. As minorias merecem respeito, em qualquer área da vida.".

> Apoyamos a nuestro equipo sin esperar grandes éxitos. Y además sabemos que nuestros vecinos están deseosos de vernos hundidos, pese a que no somos aspirantes a ganar títulos, les somos molestos. Un motivo más para militar con más fuerza (XAVIER, 2017)[498].

Não se descarta a possibilidade de que houvesse simpatizantes pelo clube *Perico*, espalhados pela Espanha, desde 1980 (e provavelmente antes), sobretudo porque já existiam *antibarcelonistas*. O que ocorre é que esse tipo torcedor desde aquela época (até 2010) não parece ter representado um contingente destacado. Para 2007, na Espanha, o que se estima (LLOPIS, 2015) é que o clube teria a simpatia de 3,8% ("segundo time"). Isso significaria que mais de 1 milhão simpatizavam com ele (ou seja, mais do que torcedores exclusivos). Nos parece plausível acreditar que os referidos torcedores simpatizantes do clube sejam um fenômeno próprio desse mesmo período, haja vista que, ainda que o clube *perico* não tenha alçado a condição protagonista de clube "midiático", a *conectividade* ofereceu a certamente possibilidade crescente de conhecer, acompanhar e ter simpatia pelo "outro" clube de Barcelona, sobretudo os "anti-culers" (torcedores do *Real Madrid*, por exemplo).

Segundo o representante da *Curva RCDE* (e também o memorialista Xavier), o perfil do aficionado do *RCD Espanyol* não havia mudado muito ao longo dos anos, que este aficionado era (tal como as *penyes*), na grande maioria, da Catalunha, com alguns na Espanha e fora do país, mas sobretudo de perfil muito próximo ao que definimos como *lealdade tradicional*. Ainda, que após a compra da maior parte das ações do clube pelo empresário chinês Chen Yansheng (em 2015/2016), novos aficionados na China, turistas que visitavam Barcelona, teriam começado a aparecer no estádio, e a "marca" *Espanyol* estaria começando a expandir-se para Ásia, mas ele acreditava que esses torcedores eram mais efêmeros e ainda algo inicial. O memorialista Xavier, sobre este aspecto, destacou que os "torcedores turistas" geralmente buscavam equipes vencedoras, embora alguns fossem vistos na loja do clube antes das partidas (como ingleses e japoneses) e tivessem mesmo um perfil altamente consumista. O memorialista Hector Oliva afirmou que o perfil de "torcedor consumidor" desenvolveu-se muito pouco no *Espanyol*, embora também tenha afirmado que o novo presidente Chen estivesse buscando expandir o clube para torcedores na China. Para Oliva, o clube não poderia atender muito ao "torcedor consumidor", porque ali, ou o indivíduo torcia por tradição familiar e/ou por querer ser um "contra-corriente". Hector afirma que por muitos anos os torcedores do *Espanyol* se sentiam uma minoria, mas em tempos recentes haviam se tornado uma "minoria orgulhosa" da sua distinção. Segundo ele a sensação não seria de desaparecimento do clube, frente ao futebol global e aos clubes globais, mas um sentimento de "não render-se". Pareceu-nos razoável,

[498]"Apoiamos nossa equipe sem esperar grandes sucessos. E também sabemos que nossos vizinhos estão ansiosos para nos ver afundados, embora não aspiremos a ganhar títulos, somos irritantes para eles. Mais uma razão para militar com mais força.".

neste caso, imaginar que o *Espanyol* também esteja "vendendo" a sua imagem quando reforça sua "peculiaridade" e *tradicionalismo*, embora o público comprador seja justamente aquele que já tem raízes fortes com o clube. Essa seria a forma como que o clube se *glocalizou* em termos de *consumo* dos seus torcedores.

Cornellá El-Prat: "Da tristeza faremos fumaça!"

Em termos patrimoniais, o *Espanyol* voltou a ter um estádio próprio em 2009, quando finalizou a construção do Estádio *Cornellá-El Prat*, na divisa entre os dois municípios de mesmo nome, adjacentes a cidade de Barcelona. Tal obra seria objeto de muito orgulho e expectativas sobre o futuro do clube (HIERRO, 2017). O projeto de construção deste estádio teria se concretizado quando o clube acordou, junto a prefeitura de Cornellá, a aquisição de terrenos para construção do empreendimento (conjugado a um Centro Comercial) ainda em 2002. Segundo Oliva:

> El club convocó um concurso abierto para el proyecto arquitectónico del nuevo estádio con essas premisas: bueno, bonito, barato y bombonera. Es decir, um estádio moderno, del que nos sintiéramos orgullosos, familiar, cálido, que fuera una olla a presión para los rivales y que no excediera en los costes (OLIVA, 2017:139)[499].

A inauguração do novo estádio aconteceria em agosto de 2009, com uma grande festa e comemorações na torcida. O novo Estádio do clube *Cornellá-El Prat* teria um padrão 4 estrelas da UEFA, tinha também o conceito de multiuso, trazia o referido Shopping Center em anexo, e seria considerado um dos mais modernos da Europa: com 40.500 lugares (90% coberto), com estacionamentos, áreas para eventos e camarotes.

A periodista Mari Carmen Juarez, do *Mundo Deportivo* assim se pronunciava sobre a inauguração do novo Estádio:

> "Oh! Benvinguts, passeu, passeu. De les tristors en farem fum. A casa meva és casa vostra, si és que hi ha casa d'algú". El estribillo de la conocida canción de Jaume Sisa ('Qualsevol nit pot sortir el sol') bien podría ser el himno de la inauguración del estadio de Cornellà-El Prat pero con una matización final: sí, hay casa de alguien, la casa de los pericos. Empieza una nueva era para el Espanyol. Ayer fue un día grande para el espanyolismo. Quizá el más grande de sus 109 años de historia. El Espanyol volvió a tener casa después de estar doce años exiliado en Montjuïc al verse obligado a abandonar el mítico Sarrià. Hubo emoción a raudales, pasión blanquiazul y orgullo perico. 'La força d'un sentiment' estuvo más viva que nunca y el sentimiento perico afloró por todos los poros de los 40.000 aficionados que regresaron a casa. Ninguno de ellos la cambiaría por ningún título, ni siquiera el de la

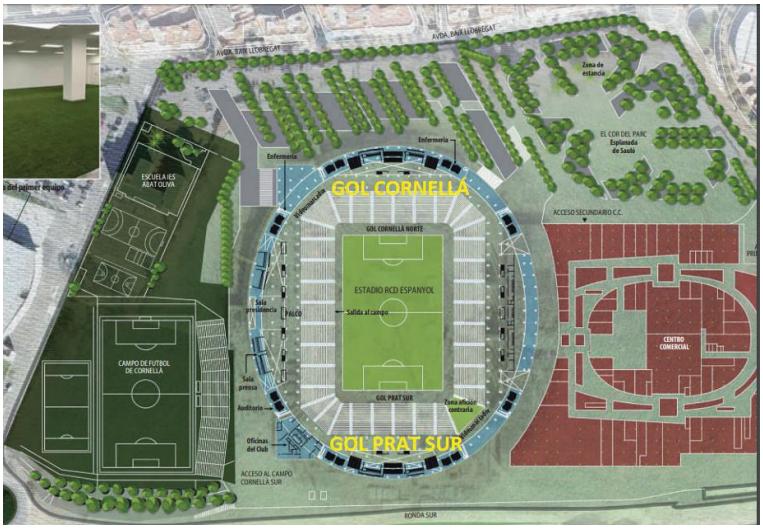
[499]"O clube convocou uma competição aberta para o projeto arquitetônico do novo estádio com estas premissas: bom, bonito, barato e animado. Ou seja, um estádio moderno, do qual nos sentiríamos orgulhosos, familiares, calorosos, que seria uma panela de pressão para os rivais e que não excedesse os custos.".

> Champions. Volver a casa no tiene precio. Su valor es incalculable. Es un sentimiento que sale del corazón (JUAREZ, 2009)[500].

A edição de 3 de agosto de 2009 do *Mundo Deportivo* dedica algumas páginas sobre a partida de inauguração do novo estádio, numa partida amistosa que o *Espanyol* venceria por 3 a 0 o *Liverpool* da Inglaterra. A ocasião é celebrada como uma "volta pra casa" desde a saída do *Sarriá* (inclusive com pedaços de grama, que seriam do Sarriá, sendo plantados no novo Estádio), um momento de muita emoção para a comunidade *espanyolista*. Novamente as festividades de notabilizariam como um evento de celebração da catalanidade, com *els castells* (formação de torres humanas) e o presidente Daniel Sanchez Llibre terminando seu discurso com um "Visca Espanyol i Visca Catalunya!", algo como "Salve o Espanyol, Salve a Catalunya!" (MUNDO DEPORTIVO, 2009) [501].

Inicialmente o novo estádio representou um acréscimo de receitas considerável para o clube e o aumento de *sócios-abonados* para as cifras inéditas de 35 mil. A arquitetura do novo estádio seguia também a ideia de parecer com o escudo em tamanho gigante do clube. Abaixo imagens do estádio:

Figura 41 - Estádio Cornellá El Prat visão panorâmica



Fonte: Mundo Deportivo (2009)[502].

---

[500]Cf. Mundo Deportivo, 03 ago. 2009, pg 10. "Oh! Bem-vindo, passe, vá. Da tristeza faremos fumaça. A minha casa é a sua casa, se houver casa de alguém." O refrão da canção popular por Jaume Sisa ('Qualquer noite pode sair o sol') poderia muito bem ser o hino da abertura do estádio de Cornellà-El Prat, mas com uma qualificação final: Sim, a casa de alguém, a casa dos periquitos. Uma nova era começa para o Espanyol. Ontem foi um grande dia para o Espanyolismo. Talvez o maior dos seus 109 anos de história. O Espanyol voltou a ter casa após ter sido doze anos exilado em Montjuïc ao ser forçado a abandonar o mítico Sarrià. Havia emoção em abundância, paixão azul e branca e orgulho de periquito. "A força do sentimento" estava mais viva do que nunca e o sentimento de periquito apareceu em todos os poros dos 40 mil fãs que voltaram para casa. Nenhum deles iria mudar por qualquer título, nem mesmo a Liga dos Campeões. Indo para casa é inestimável. Seu valor é incalculável. É um sentimento que vem do coração."

[501] Cf. Mundo Deportivo, 03 ago. 2009, pg 10. "Viva o Espanyol e Viva a Catalunya!".

[502]Cf. Mundo Deportivo, 02 ago. 2009, pg 24.

Figura 42 - Estádio Cornellá El Prat vista aérea

Fonte: Acervo do autor.

Segundo José Lluis Perelló Moné (2009), *Cornellá El Prat* simbolizava a força, e um clube que apesar de todas as dificuldades havia se perpetuado efetivamente no cenário esportivo futebolístico de elite. Hector Oliva afirmou que todo processo de saída de *Sarriá* até a instalação e *Cornellá* (em um novo estádio) foi positivo ao *Espanyol*, que demarcava uma trajetória de abertura do clube para sociedade catalã, já que o estádio se situava fora da cidade de Barcelona. Além disso, haveria um orgulho por ser um estádio moderno, próximo ao campo e que simbolizava o sentimento de uma nova fase. Xavier Hierro, por seu turno, destacou como um estádio bem planejado, com boa visibilidade de qualquer lugar, e a sua cobertura de quase 100%. Afirmou também que os procedimentos de controle para entrada em *Cornellá* passaram a ser mais restritos, mas que era ruim em termos de acesso por transporte público. Este último fator também era criticado pelo *hincha* RCDE:

> La asistencia al estadio es uno de los grandes problemas del Espanyol. El nuevo estadio se hizo, en mi opinión, demasiado grande, con demasiada capacidad. El hecho de que esté alejado del centro de Barcelona y los malos horarios tampoco ayudan, pero no se puede usar de excusa (CURVA RCDE, 2017)[503].

O periodista Hector Oliva (2017) destacou que o novo estádio de *Cornellá* teria recuperado a mesma sintonia de torcer pelo clube perto dos jogadores, como acontecia no *Sarriá*. Por outro lado, reclamou que ficou menos divertido o futebol, pois até os insultos dos torcedores estavam sendo controlados e não precisaria ser assim. Além disso, o novo estádio seria moderno, permitia o clube estabelecer laços fora da cidade e demarcaria uma fase de renascimento da instituição. O Sr Roig

[503]"O comparecimento ao estádio é um dos grandes problemas do Espanyol. O novo estádio se fez, na minha opinião, muito grande, com muita capacidade. O fato de estar longe do centro de Barcelona e os horários ruins também não ajudam, mas não pode ser usado como desculpa.".

lembrou ser difícil deslocamento ao novo estádio (em relação aos outros), mesmo porque, em sua opinião, não houve apoio significativo dos órgãos públicos para dotar a região de boa infraestrutura, reforçando a sua ideia (comum entre outros torcedores do clube) de um recorrente descaso dos poderes políticos locais com *Espanyol*.

A construção do novo estádio finalizaria, justamente, quando a crise internacional e a crise imobiliária se abatiam sobre a Espanha e a Catalunha, o que afastaria investidores e patrocinadores do empreendimento, e aumentaria a dificuldade do clube no pagamento do empréstimo do estádio, que havia custado € 80 milhões, o dobro do previsto (OLIVA, 2017). Os anos seguintes seriam descritos como de "hipoteca do presente e do futuro" do clube, por Oliva.

Transformação do público no estádio: "gradas pacificadas", mais conforto, horários ruins mas pouco aburguesamento

Questionei aos meus entrevistados se eles tinham a percepção de ter acontecido um aburguesamento no público de *Espanyol* ou de uma mercantilização excessiva que alterasse o sentimento com o clube, desde a saída do *Sarriá.* Em geral, a percepção é de que houve um encarecimento, mas não a ponto de excluir uma parcela dos torcedores que costumavam ir ao estádio quando o ingresso era mais barato. Assim, para o memorialista Xavier (2017) não teria havido um grande aumento para assistir ou tornar-se sócio do clube a ponto de transformar a composição social do torcedor do *Espanyol* que frequentava o estádio. Talvez, na sua opinião, teria acontecido um pequeno aburguesamento por dois motivos: primeiro porque crescentemente se tornara muito fácil acompanhar a equipe via TVs por assinatura, e segundo porque os horários dos jogos (em função das TVs) haviam se tornado muito ruins para acompanhar a equipe e se deslocar para o jogo, e (ainda) depois para casa, para quem ia com transporte público (fala de horário de jogos depois das 22). Para o periodista Hector Oliva, os anos pós 1980 não acompanharam um aburguesamento em relação ao público nas partidas clube, mas ao contrário, teria havido uma popularização do clube. E ele defendia essa trajetória, porque (para ele) o *Espanyol* pelas suas dimensões precisaria ser um clube popular (não podia restringir seu público, que não era massivo), e nessa perspectiva teria feito muitas promoções. Oliva também destacou que, na perspectiva do futebol negócio, foi a mudança dos horários dos jogos (para encaixar na grade da TV), cada vez piores e que atrapalharam crescentemente a presença do público no estádio (essa, na verdade uma opinião recorrente também entre os outras entrevistados).

Sobre a transformação nas torcidas *ultras* do clube, a época que estive em Barcelona a *Curva RCDE* se localizava nas arquibancadas do 1º nível, logo atrás do "gol Cornellá" (no novo estádio,

inaugurado em 2009). Aquele espaço era controlado pelo clube. O representante da *Curva RCDE*, por ocasião da nossa entrevista, declarou ainda que a *grada* reunia outros grupos menores na sua composição (citou subgrupos como os *Adictos, Veterani, El Peñón, Escuadrón Perico, Degenerados, G70, Secc Bonanova*). O objetivo deles era organizar eventos sociais, jantares, animar a equipe organizando performances (cantos e faixas), também viagens com a equipe, embora nos últimos anos isso teria se tornado mais complicado devido aos novos horários e dias dos jogos, modificados em função das TVs, e restrições de viagens de torcidas. Quando perguntado, sobre a performance da *Curva RCDE*, ele deu o seguinte relato:

> El hacer parte de la Curva RCDE es animar al equipo. La Curva RCDE es parte del espectáculo futbolístico como lo son todos los grupos de animación. El resto de los aficionados va a ver el partido sentado, a lo mejor comer algo. En la Curva RCDE nos encargamos de 'dar ambiente' al partido, empujar los nuestros hacía la victoria. No vamos tanto a ver el partido sino a hacer parte del espectáculo (Curva RCDE, 2017)[504].

Em 2017, a *grada Juvenil 1991* se localizava atrás do gol *Prat Sur* (lado oposto da *Curva RCDE*), no segundo nível de arquibancada. Tive certa convivência com eles, por ocasião da minha estadia em Barcelona. Eles frequentavam os jogos e apoiavam a equipe feminina do clube (que quando jogava em Barcelona, geralmente atuava no centro de treinamentos do clube), além de reivindicarem um lugar mais próximo ao campo (no primeiro nível) junto a diretiva do clube (durante os jogos inclusive cantavam músicas insultando a diretoria, requisitando aquele espaço). A *Juvenil* dispunha ainda de um local dentro do estádio para guardar seus materiais. Nas conversas que tive com membros do grupo *Juvenil 1991*, estes declararam que haviam saído da *Curva RCDE* em 2013, por discordar de associações políticas que ela estava desenvolvendo, especialmente com grupos de extrema direita nacionalista espanhola. Já no relato da *Curva RCDE*, ele negava associação da *grada* com política e declarou que aconteceram algumas diferenças em relação a organização da *grada* com os *Juvenil*, mas que eles não sabiam exatamente e tampouco houve um comunicado oficial por parte do *Juvenil 1991* a eles explicando os motivos da saída. Oficialmente, os dois grupos desencorajavam exibição de *senyeras*, *esteladas* ou bandeiras da Espanha (pelo menos enquanto lá estive). A *Curva RCDE*, por exemplo, investira em uma campanha nesse sentido, ainda em 2008, denominada "sólo la blanquiazul". Percebi, também, que ambas as "gradas" só cantavam músicas em espanhol, e quando perguntei a um dos membros ele disse não havia problema nenhum em cantar em catalão, mas para eles parecia "forçado" (eles se diziam "apolíticos" no futebol) cantar em um idioma em que alguns

[504]"Fazer parte da Curva RCDE é incentivar a equipe. A Curva RCDE faz parte do espetáculo do futebol, assim como todos os grupos de animação. O resto dos torcedores assistem ao jogo sentados, talvez comendo alguma coisa. Na Curva RCDE nós cuidamos de 'dar atmosfera' ao jogo, empurrando os nossos para a vitória. Nós não vamos muito para ver o jogo, mas para fazer parte do show.".

dos jogadores e muitos adversários não entenderiam. O memorialista Xavier declararia sobre os dois grupos de animação:

> "La Curva", animadores incansables, ubicados detrás de una portería, en general son hoy en día partidarios de la bandera blanca y azul, para evitar enfrentamientos. De vez en cuando realizan algún mosaico o sacan alguna bandera gigante para dar ambiente al campo."La juvenil" en el gol opuesto a "La Curva", Estos dos grupos no coinciden demasiado e incluso alguna vez ha habido incidentes entre ambos bandos (XAVIER, 2017)[505].

Para o penysta Anton Roig, e também para o memorialista Hector Oliva, as *gradas* continuavam importantes para animar os jogadores e a própria torcida, embora não gostasse das chamadas *violentas* (para ele, essas *gradas* eram aquelas relacionadas à política), que teriam sido erradicadas, no processo de aumento da segurança nos estádios. Lembra que houve uma segmentação das *gradas* dos torcedores comuns, promovida pela federação espanhola. No caso do *Espanyol*, lamenta a segmentação entre os gupos de animação do clube recentemente (se refere a separação entre a *Curva RCDE* e a *Juvenil 1991*, que passaram a ocupar lugares opostos no Estádio *Cornellá* em 2013), que para ele deveriam voltar a unir-se em uma mesma *grada*, e isso fortaleceria a torcida. Para Hector Oliva as gradas não ficaram menos festivas ao longo dos anos. Entretanto, para ele, as *gradas* na época da nossa entrevista (2017) seriam mais "sanas" que no passado.

Tradição com *descentramento*: "A força de um sentimento" e "A maravilhosa minoria" como slogans de marketing

Em 2011, o slogan "La força d´um sentiment" (que teria sido promovido ainda a partir da presidência de Juli Pardo, em 1989-1993), viraria o título de um documentário sobre a história do *Espanyol*[506]. Neste ano, também, a partir de uma iniciativa dos torcedores do clube, sobretudo da sua *Federação de Penyes*, chamada de "Fes-te un homenatge!" reuniram-se fundos junto à comunidade do clube para fazer um monumento representativo e que homenagearia a torcida do *Espanyol* vista como o maior patrimônio da entidade: "Soul el gran nostre tresor"[507]("Alma é o nosso grande tesouro") declararia o presidente do clube na ocasião. A escultura seria inaugurada em 2012 em frente ao estádio do clube, e representaria a "família espanyolista", com um pai, uma criança, um avô e uma menina indo ao jogo com os dizeres "La Força d´un Sentiment", conforme se vê abaixo:

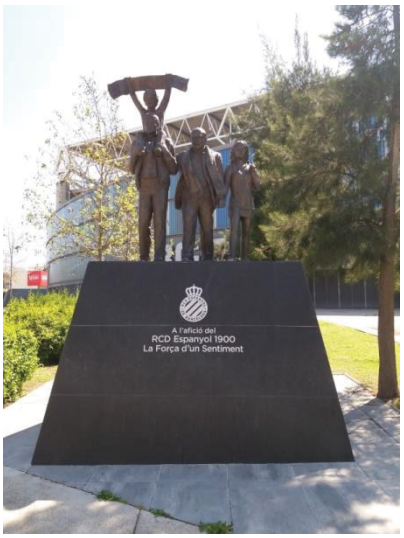
---

[505]"'La Curva', torcedores incansáveis, localizados atrás de um gol, em geral, são hoje em dia partidários da bandeira branca e azul, para evitar confrontos. De vez em quando eles fazem algum mosaico ou tiram alguma bandeira gigante para dar atmosfera ao campo. 'La Juvenil' fica na meta oposta a 'La Curva', Esses dois grupos não ficam juntos e já aconteceu, até mesmo, incidentes entre os dois lados."

[506]Cf.https://www.ara.cat/esports/futbol/espanyol/LEspanyol-presenta-documental-forca-sentiment_0_609539197.html Acesso em 8 fev. 2018.

[507]Joan Collet i Diví, presidente do clube na ocasião de inauguração da escultura. Revista RCDE Federació Catalana de Penyes, 2012.

Figura 43 - Família blanc-i-blau e a "força de um sentimento"



Fonte: Acervo do autor.

> L´avi representa la história, les arrels, la saviesa, la lleialtat, la fidelitat i la perseverança, és a dir, a tota la gent gran que ha format, forma i formarà part de la nostra massa social durant aquesta etapa de la vida.El pare representa la convicció, la fortaleza, el present, la voluntat i la connexió entre generacions. La noia representa a totes les dones, la naturalitat i a tot el joven que ha format, forma i formarà part de la nostra entitat. L´infant representa el futur, l´esperança, la resistência, la il-lusió, els anhels i l´ambició. Representa a tots els nens i nenês que han estat, estan i estaran al costat del RCD Espanyol. Em definitiva, um projecte que em el seu conjunt, homenatja a l´afició del RCD Espanyol, persones que han fet, fan i faran de la Força d´un sentiment, la força d´una entitat eterna. Tot um símbol de fidelitat i amor al nostre club [508](Revista FCPE, 2012:6-7).

O slogan "a força de um sentimento" também poderia ser visto na saída dos vestiários do clube (na ocasião que estive em Barcelona, em 2017), para o campo, acompanhada de outros dizeres. Ainda, nos corredores que dão acesso ao gramado, foi colocado um painel grande com a foto dos torcedores e os dizeres "Este sentimiento nunca lo podreis comprar"[509]:

[508]"O avô representa a história, as raízes, a sabedoria, a lealdade, a fidelidade e a perseverança, isto é, todos os idosos que formaram, formam e fazem parte da nossa massa social durante esta fase da vida. O pai representa convicção, força, o presente, a vontade e conexão entre gerações. A menina representa todas as mulheres, a naturalidade e todo o jovem que formou, forma e fará parte de nossa organização. A criança representa o futuro, a esperança, a resistência, a ilusão, o anseio e a ambição. Representa todas as crianças e crianças que foram, são e estarão com o RCD Espanyol. Um projeto que, como um todo, presta homenagem à torcida do RCD Espanyol, pessoas que fizeram, agem e fazem da 'força de um sentimento', o poder de uma entidade eterna. Tudo um símbolo de fidelidade e amor ao nosso clube."

[509]"Este sentimento nunca poderá comprá-lo".

Figura 44 - A "força de um sentimento" como identidade dos jogadores

Fonte: Acervo do autor.

Basicamente, a mensagem do slogan "*La Força d´un sentiment*" reforça a identidade do *espanyolista* como profundamente emocional e incondicional com o clube, para além de vitórias e derrotas: é um elogio à *tradição*, é a *lealdade tradicional*, algo que seria tão valoroso como um título da "Champions League" segundo muitos relatos que ouvi entre os torcedores do clube. É interessante notar que esse tipo de ligação se consagrou de forma disseminada no futebol, mas nos clubes que se tornaram protagonistas mundiais um novo tipo de lealdade se disseminou demarcada mais pelo perfil efêmero, associada a vitórias, espetáculo e ao *consumismo*, o que nomeamos *lealdade moderna*. Sob essa perspectiva, o *Espanyol* se globalizou, mas promovendo uma forma de ligação *tradicional* identitária com seu público, como estratégia de marketing, que também incorporou as *identidades consumo* (neste mesmo público), mas de forma secundária.

Além do referido mote "*La Força d´um sentiment*", o clube também promoveu outros símbolos na remodelagem da sua identidade, ainda na gestão Daniel Sanchez Llibre. Uma delas foi a campanha "*Somos RCDE*" em 2010, ocasião em que o clube desenvolveu também um mosaico com a foto de torcedores comuns para cobrir o seu novo estádio (MARCA, 2010). A divulgação da referida campanha teria utilizado torcedores famosos, e parecia também querer exaltar uma imagem de pluralidade do clube, além da proximidade com o torcedor em geral, e dos valores familiares (para além do desempenho esportivo), como um dos motivos principais de pertencimento[510]. Essa campanha também aparecia com o slogan "*Es grande el que siente. No el que tiene*!" ("É grande aquele que sente. Não aquele que possui!"), ao que parece uma alusão dissimulada ao *FC Barcelona* e sua dimensão em relação ao clube periquito.

[510]Quando estava em Barcelona, convivi com os torcedores do clube, e realmente pareciam me acolher como um membro da família deles, tendo participado inclusive de um jantar de torcedores e festejos com a equipe feminina de futebol.

Figura 45 - Campanha Somos RCDE

Fonte: Acervo do autor.

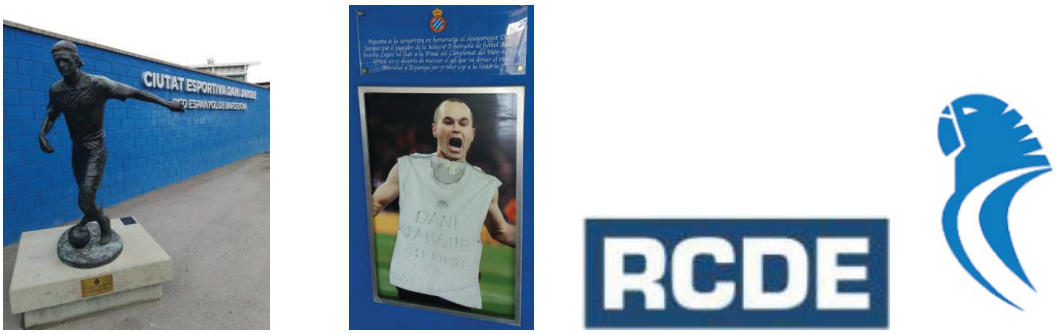
Na segunda década do XXI o clube passou a propagar também o mote *meravellosa minoria* (“maravilhosa minoria”), que em linhas gerais reforçava a ideia de que o torcedor do clube era “valioso” porque não era “um comum”, ou “mais um número”. Eram pessoas excepcionais, com uma relação excepcional com o clube, e mereciam ser evocadas, como excepcionais “tesouros” no meio da multidão. Por isso deveria demonstrar “orgulho” de quem eram (e não vergonha), de serem “diferentes”, e (ao que parece) não dar ouvidos (por exemplo) a outros discursos, como seria o *barcelonista* (mais consagrado socialmente) sobre o Espanyol.

Nos inícios do XXI o clube também teria remodelado o seu mascote, visando atingir o público infantil, mas também dotá-lo de um ar de “radicalidade” e de lealdade, já que era uma imagem de uma tatuagem (um dos meus entrevistados afirmou que algumas crianças sofriam bullying na escola quando se apresentavam como *perica*s). Outro símbolo passou também a ser disseminado foi o RCDE mais formal, destinado aos contatos comerciais do clube e aos torcedores mais jovens e a passar uma imagem de proatividade, perseverança e responsabilidade.

Finalmente, cabe destacar um símbolo identitário *espanyolista* que acabou se estabelecendo a partir de uma tragédia: Em 2009 durante a pré-temporada da equipe na Itália, um dos jogadores ídolos formados nas categorias de base da equipe (uma das marcas que se estabelece no *Espanyol* na globalização, é também ser um clube que usa muito os jogadores da base), que tinha o perfil “raçudo”, que teria recusado propostas melhores para ficar no clube, e (enfim) era ídolo da torcida, viria a falecer por um infarto. Tratava-se de Daniel Jarque, ou Dani Jarque. A morte do jogador seria um acontecimento que comoveria toda a Espanha. A partir de então, a torcida do *Espanyol* passou a bater palmas em toda a partida do clube, no minuto 21 (camisa que o jogador utilizava), em um gesto de homenagem ao jogador. O centro de treinamentos do clube seria rebatizado com o nome do atleta, posteriormente, e ele também ganharia uma estátua lá e no estádio. Dani Jarque seria homenageado, também, por Iniesta (seu amigo de infância), por ocasião da final da Copa do Mundo de 2010, no momento em que o jogador marcou o gol da vitória da Espanha sobre a Holanda, e usava uma camisa

por baixo da oficial da seleção (depois doada ao museu do *Espanyol*), em que podia ser lido: “Dani Jarque siempre con nosotros”.

Figura 46 - Estátua de Dani Jarque, homenagem de Iniesta, a logo “séria” do Espanyol e a remodelagem do mascote periquito



Fonte: Acervo do autor.

O *Perico* e uma Catalunya “secreta” e *tradicional*

Uma das questões que mais me pareceu complexa a analisar no decorrer da pesquisa foi a relação entre o caldo cultural local e as *identidades* do *Espanyol*. O período 1980-2010 demarca o fortalecimento do *catalanismo*, e este processo repercute na transformação das *identidades perica*, no período, por questões de marketing, mas também porque boa parte da massa social do clube viveu um reforço do *catalanismo*. Entre os memorialistas, e os meus entrevistados em Barcelona que torciam para o *Espanyol*, foi contundente a afirmação de que “...os *pericos* eram tão catalães quanto os *barcelonistas*”, mas faziam parte de um clube que não se metia em política, que eram apenas um clube desportivo (aliás, princípio ressaltado pelo seu hino de 1983) e no qual se podia ser de qualquer afinidade política. E, mais do que isso, se queixavam recorrentemente de que quem houvera “escrito a história”, havia reforçado ao *Espanyol* a pecha de clube partidário do espanholismo político, e até do franquismo. Nessa linha, inclusive, Xavier (memorialista do *Espanyol*) afirmou que a associação entre *FC Barcelona* e Catalunha/anti-franquismo fora uma construção, pois entre os *pericos* também teria acontecido perseguições durante a ditadura. Ele também afirmou que o *FC Barcelona* teria sido também beneficiado por Franco, em alguns momentos da sua história, e como a relação *FC Barcelona*/Catalunha. O memorialista Hector Oliva também rememorou que o *FC Barcelona* havia

recebido ajuda do regime franquista para construção do seu estádio, na requalificação dos terrenos[511].

Segundo afirmaram meus entrevistados do *RCD Espanyol*, também, a diferença entre eles e o *FC Barcelona* seria a *democracia:* que no estádio do clube *blanquiazul* seria possível exibir tanto a bandeira espanhola como a catalã, ao contrário do estádio do *FC Barcelona*. Ademais, Xavier (e outros torcedores que convivi do *Espanyol*) ressaltavam o *FC Barcelona* com um clube de origem "suiça" e não de catalães, e que eles sim seriam um clube de origem local. A "réplica" dos *blaugrana*s, quando apresentava esta questão, era geralmente um questionamento como: "...se eram mesmo um clube catalão porque colocaram o nome de Español?".

Esses dados nos levam a pensar que o *Espanyol* partilhou uma massa social, entre 1980-2010, *tradicional* e heterogênea em termos políticos, mas que consagrou um *catalanismo* moderado, e até "*confidente"* dentro do clube.

Chamamos de "*catalanismo confidente"* porque ele reconstituiria alguns dos elementos do *catalanismo tradicional barcelonista*, porém colocando o *RCD Espanyol* como o protagonista do discurso (no lugar do *FC Barcelona*). Assim o *Espanyol* é que seria "a resistência a um poder central e mais forte" ; seria a "democracia contra o autoritarismo" (neste caso, o "autoritarismo" seria representado por uma associação entre *FC Barcelona* e círculos do poder na Catalunha); o *Espanyol* traria também uma espécie de *romantismo* a esse enfrentamento, colocando as demandas do resultado esportivo para uma posição secundária, priorizando os "valores" e ao "próprio caráter" que "não se vendia" (ou resistiria) custasse o que custasse (mesmo se custassem as próprias vitórias), talvez aí numa associação mais profunda com toda ética do *seny* catalão. No *FC Barcelona* este último posicionamento também foi percebido ("os *valores* estariam acima da própria *vitória"*). Entretanto, historicamente parece ter inflexionado (possivelmente Cruyff seja um marco nesse sentido) na direção de um discurso em que os *valores* e a "necessidade da vitória" passam a andar lado a lado. Ou seja, essa necessidade (de vencer) precisaria ser satisfeita tanto quanto a demanda de "como vencer" (de trazer uma mensagem): de nada adiantaria simplesmente "vencer por vencer"[512].

---

[511]Em uma edição de abril de 2007 da *Revista Barça*, o professor e historiador Carles Santacana abordaria a questão da "ajuda" de Franco para a construção do *Camp Nou*. Segundo o professor, quando o FC Barcelona comprou os terrenos onde se construiria o *Camp Nou*, estes já permitiam edificar 100 mil m2, mas o clube acabaria abrindo mão solicitando a requalificação dos terrenos de *Les Corts* (onde ficava o seu antigo estádio). Entretanto, esta requalificação demoraria 8 anos, aprovando-se apenas 20 mil m2 de requalificação, o que reverteria em uma valorização baixa para aqueles terrenos, na ocasião da venda. Assim, a ideia de Franco "ajudaria" o FC Barcelona com a requalificação dos terrenos seria errônea. Ainda, segundo o professor Santacana, o franquismo nos seus inícios realmente teve grande influência em várias instituições da Espanha, mas o FC Barcelona como um símbolo catalão (coletivo e popular), ao longo dos anos prevaleceria sobre essas influências (REVISTA BARÇA, 2007).

[512]Isso estaria no estilo de jogo, na filosofia do clube, na sua declaração de valores e missão, enfim sintetizados no próprio mote "més que um club".

Ainda, chama-se de *catalanismo confidente* porque ele não monumentalizaria uma posição explícita em favor do *catalanismo*, mas (paradoxalmente) uma narrativa de ser "apolítico".

Como já demonstrado, no período, na sociedade catalã em geral, predominou um *catalanismo* moderado parte das "identidades duplas" (havendo pessoas que pendiam mais para o *espanholismo* e outras mais para *catalanismo*, mas poucos "exclusivistas" dentro dessas opções, a não ser já no século XXI, quando ocorre uma guinada ao *independentismo*). O que parece ter se consolidado no *Espanyol* foi um "acordo", no período, pois o posicionamento político fragmentava ao invés de unir: na massa social ascenderam *independentistas catalanistas*, mas já havia uma pluralidade dentro de um espectro que iria de catalanistas à espanholistas nacionalistas de direita, que acabavam se "anulando" mutuamente quando um tentava ocupar o clube dando-lhe sua feição política mais clara. Nesse sentido, uma pesquisa realizada em 2017, por exemplo, revelava que mais de 42% dos torcedores do *Espanyol* estariam a favor da independência, quase 53% estariam contra, e mais de 5% não saberia dizer. No *FC Barcelona* seriam 60% dos torcedores a favor, quase 34% seriam contra e quase 6% não sabiam ou não respondeu (CASTELLÓ, 2017).Quando estava em Barcelona, ainda, soube de alguns conflitos envolvendo torcedores do *Espanyol*: uns porque queriam portar *esteladas* (na verdade o clube *perico* também teria uma *grada* destacada independentista, desde 1985: a *Sarriá Nord*) e outros que queriam portar bandeiras da Espanha, naquela efervescência que vivia a Catalunha pré-declaração de independência. González (2012), memorialista e torcedor do clube, afirmaria que a diferença básica entre os clubes foi de que o *FC Barcelona* se consagrou como o "espaço de vanguarda política catalã", o *Espanyol* não, mas as composições sociais, em termos de posição política, seriam muito parecidas. O representante *Curva RCDE* reiterou que a torcida do clube era heterogênea, e que a torcida pelo clube por motivações políticas se manifestava em uma minoria:

> …es verdad que una parte minoritaria de la afición perica lo es por afinidad política. En Cataluña, predomina mucho el *FC Barcelona*, club abierta y oficialmente afiliado al proceso independentista de Cataluña. Mucha gente es del Barça porque son independentistas. Y pasa lo mismo al revés, gente que está en contra del proceso independentista se 'hace' del Espanyol por ser la segunda opción al Barça en Cataluña. En el Espanyol siempre ha predominado la no-política, el ser sólo un club de fútbol (como lo dice el himno antiguo: 'a pesar de tu grandeza, sólo un club deportivo, el deporte es tu único objetivo'). La afición perica se caracteriza por ser muy heterogénea, hay de todo. También existen simpatizantes (no llegan a ser aficionados) del RCD Espanyol por afinidad futbolística. Hay buenas relaciones entre aficionados del Espanyol y de otros clubes como son: Real Madrid, Betis, Lazio, Glasgow Rangers entre otros (CURVA RCDE: 2017)[513].

[513]" ... é verdade que uma parte minoritária da torcida do Espanyol é por afinidade política. Na Catalunha, predomina muito o FC Barcelona, um clube aberto e oficialmente afiliado ao processo de independência da Catalunha. Muitas pessoas são do Barça porque são independentistas. E a mesma coisa se passa ao contrário, muitas pessoas que são contra o processo de independência estão se 'fazendo' do Espanyol por ser a segunda opção para o Barça na Catalunha. No Espanyol, a não-política sempre predominou, sendo apenas um clube de futebol (como diz o antigo hino: 'apesar de sua grandeza, apenas um clube esportivo, o esporte é seu único objetivo'). A torcida perica é caracterizada por ser muito heterogênea, tem de tudo. Há também simpatizantes (não chegam a ser torcedores) do RCD Espanyol, por afinidade futebolística. Há boas relações entre torcedores do Espanyol e outros clubes como: Real Madri, Bétis, Lazio, Glasgow Rangers entre outros.".

Essa ideia da heterogeneidade da torcida *perica* também foi compartilhada pelo memorialista Xavier:

> Como en todos los equipos, hay de todos tipos. Clase social y tendencias políticas. En tiempos de Sarrià, había muchos socios de aquel barrio. Esa es una zona de gente con cierto nivel económico, pero también había mucha afición de seguidores de otros barrios más de clase obrera (XAVIER, 2017)[514].

Quando perguntei ao representante da *Curva* e ao memorialista Xavier sobre o fato da referência ao *FC Barcelona* como um ícone da Catalunha e ao *Espanyol* como reduto do Estado espanhol e até do franquismo**,** eles me responderam o seguinte:

> Esto son tonterías que usan unos culés para intentar rebajarnos, a muchos les joden que exista el Espanyol. Sobre el Barcelona como un icono de Cataluña, sólo hay que mirar los orígenes de los dos equipos. Antes podía jugar, pero hoy en día la política no tiene ninguna influencia sobre los aficionados en general (CURVA RCDE, 2017)[515].
>
> No estoy de acuerdo en absoluto. Totalmente falso. Durante nuestras charlas te he desmentido muchas mentiras y discursos que a los culés ya les han ido bien. Por suerte los periquitos solemos estar bien informados y tenemos argumentos para demostrar lo inciertas que son sus acusaciones e incluso que la historia de victimismo que ellos cuentan no se corresponde exactamente con la realidad (XAVIER, 2017)[516].

Parece claro, entretanto, que o *Espanyol* teve um processo de abertura à sociedade catalã, desde 1970, posicionando mais claramente e ressignificando, nessa trajetória o *catalanismo.* Esse processo teria uma nova inflexão a partir da gestão Daniel Sanchez Llibre. Assim, paulatinamente, pelo menos nos círculos da sua comunidade, passou a *narrar a si* como associado à localidade em seu "verdadeiro âmago", ou seja à "Barcelona e Catalunha secretas", onde havia efetivamente jogadores catalães (e não as "estrelas estrangeiras"; isto mais recentemente[517]), distante do que seria a Catalunha "suíça"[518], "pilhadora" (que "rouba" jogadores dos clubes menores, ou "monopoliza" a imprensa, a imagem da Catalunha e os poderes do Estado), "arrogante", "mercantilizada", "falsa", "turística" e "superficial", "onde não haveria sentimento" papel que seria relegado ao *FC Barcelona*;

---

[514]"Tal como acontece com todas as equipes, existem de todos os tipos. Classe social e tendências políticas. Na época de Sarrià, havia muitos sócios daquele bairro. Esta é uma área de pessoas com um certo nível econômico, mas também havia uma grande torcida em outros bairros, mais da classe trabalhadora.".

[515]"Isso é um absurdo que se utilizam alguns culés para tentar nos rebaixar, muitos lhes fodem que haja o Espanyol. Sobre o Barcelona ser um ícone da Catalunha, basta olhar as origens das duas equipes. Antes podia jogar, mas hoje em dia a política não tem influência sobre os torcedores em geral.".

[516]"Eu não concordo de todo. Totalmente falso. Durante nossas conversas, neguei muitas mentiras e discursos dos culés que para eles faziam bem. Felizmente os periquitos são geralmente bem informados e temos argumentos para mostrar quão incertas são as suas acusações e até mesmo que a história de vitimização que eles contam não corresponde exatamente à realidade.".

[517]Após a gestão Laporta, jogadores "canteranos" no FC Barcelona baixaram um pouco. Por outro lado, um periodista catalão teria afirmado em 2018 que o *RCD Espanyol* tinha em sua história 46 jogadores catalães com mais de 100 jogos, enquanto que o FC Barcelona teria 42 jogadores. Cf. https://vozperica.com/espanyol-mas-catalanes-barca, Acesso em: 1 fev. 2018.

[518]Segundo Spaaij (2006), entre os torcedores do Espanyol ascenderia uma música que diria algo como: "Eles pensam ser muito catalães, mas foram fundados por um suíço".

também reforça a "democracia" do *catalanismo* quando em associação com o *Espanyol*, que seria o "verdadeiro clube democrático" (onde "todas as bandeiras poderiam ser exibidas"), uma engenharia identitária no mínimo complexa. Nessa linha, seguem abaixo faixas, e camisa exibidas pela torcida do clube:

Figura 47 - "Catalunya é Més que un Club", "local x tourist", "catalan x suissos"

Fonte: Acervo do autor.

Essa associação do *Espanyol* como símbolo de "originalidade local" seria expressa pelos seus torcedores, mas também propagado pelas suas diretivas como campanhas de marketing. Os referidos motes "la força d´um sentiment" e "la meravillosa minoria" reforçariam aquele sentimento de "pureza", mas (como já se disse) ao mesmo tempo eram *híbridos* associados, no campo do discurso, a identidades transgressoras ("manutenção do sentimento na era do descartável" ou ser "rebelde ao lugar comum") e *descentradas* ("maravilhosa minoria"). Não se afasta também a possibilidade de exprimirem ressentimentos, face a posição não protagonista que adquirem no cenário do espetáculo[519]. Uma das melhores definições dessa narrativa identitária eu encontrei em Oliva:

> Parte importante de nuestra identidade es tambien el apego a lo de casa. De algún modo estamos emparentados con el Torino, el Everton o el Atletico de Madrid. La emigración que atrajeron estas grandes urbes industriales, como Barcelona, se sintió atraída por el club grande, posiblemente porque eso significaba un factor de integración mayor. Frente a lo gigantesco, frente a los clubes-multinacional donde la identidad se diluye, es Espanyol está enraizado en lo local, en lo cercano, como el comercio de proximidad, como los productos de kilómetro cero. Así como las Ramblas ya son de los turistas y los mercados de los barrios siguen perteneciendo a los ciudadanos, el *FC Barcelona* se presenta como algo diluido en la sociedad global, mientras que el Espanyol representa aún algo íntimo y precioso, a refugio de la devoradora uniformidad (OLIVA, 2017:15)[520].

[519]Entre os torcedores periquitos haveria bastante ressentimento com a imprensa, e em casos mais graves até insultos (ou enfrentamentos) motivados pela pouca alusão ou reforço da estigmatização do clube em prol do FC Barcelona.

[520]"Uma parte importante da nossa identidade é também o apego ao de casa. Estamos de alguma forma relacionados com o Torino, Everton ou Atlético de Madrid. A migração que atraíram essas grandes cidades industriais, como Barcelona, foram atraídas para o grande clube, possivelmente porque isso significou um fator de integração maior. Contra o gigante, frente aos clubes-multinacionais onde a identidade se diluí, está o Espanyol, enraizado no local, na vizinhança, como o comércio de proximidade, como os produtos artesanais locais. Assim como as Ramblas [principais ruas de Barcelona] já são dos turistas e os mercados dos bairros ainda pertencem aos cidadãos, o FC Barcelona se apresenta como algo diluído na sociedade global, enquanto o Espanyol ainda representa algo íntimo e precioso, um refúgio para a devoradora uniformidade.".

Na entrevista que realizei com o professor Josep Maria Solé i Sabaté, foi abordada a reconfiguração da massa social do clube, os sistemas de pertencimento, e a remodelagem da identidade do clube entre seus aficionados, e ele afirmaria:

> …ser del Espanyol tiene muchas razones familiares, hay unas razones familiares después en Espanyol hay digamos, hay una serie de personas unos grupos de accionistas minoritarios del club estos tienen sus familias con sus intereses económicos que el club vaya bien y después que són digamos una alternativa minoritaria en Barcelona, es decir [error] tan grande que…Barcelona hay gente que no le gusta, por la razón que sea, por ser alternativo. Entonces Espanyol digamos entonces en esto aspecto es un poco, setores más pequeños de que se acercan a ellos no, pero digamos…el Español ha hecho en es estos últimos años, en estos últimos 5, 7, 8, 10 años un cambio muy grande porque es decir ha pasado de ser un equipo que jugaba siempre digamos a la contra, a comenzar a ser afirmativo yo creo…creo que eso lo hará crecer (SOLÉ, 2017)[521].

Coesão pela resistência: "apolíticos", "unidos pelas cores" e "fiéis"

No interior do universo que definiria "ser *perico*", e em meio as heterogeneidades possíveis, encontrei alguns outros elementos recorrentes reportados nas entrevistas dos diferentes torcedores do clube em 2017. Foi comum ouvir que o *Espanyol* era um clube "apolítico" (ao contrário do que seria o *FC Barcelona*), de torcedores mais fiéis que torcedores de outros clubes (pois era um clube que raramente tinha conquistas ou pretensões nesse sentido), também um clube de pessoas que sentiam que contrariavam a "ordem" (já que seria muito mais "normal" ser do *FC Barcelona* na região) pra daí afirmarem muitas vezes que tinha orgulho por ser a "resistência" a uma pretensão hegemônica do *FC Barcelona* na Catalunha.

Dentro desse quadro, o relato da presidente da federação de *penye*s do *Espanyol*, Sra Araceli, reforçou que o sentimento espanyolista era de não misturar futebol com política, inclusive essa seria uma das diretrizes da sua penya: "La primera permisa para hablar en Espanyol, es que nosotros lo que nos une son los colores, y cada uno que vota en quien quiera (…) en esta penya no se habla ni de política ni de religión, porque aquí solo hay un sentimiento que nos une que es blanquiazul" (ARACELI, 2017)[522]. O periodista Hector Oliva seguiu mais ou menos na mesma direção, mas

---

[521]"...ser do Espanyol tem muitas razões familiares, há uma razões familiares, depois no Espanyol há, digamos, uma série de pessoas, alguns grupos de acionistas minoritários do clube, estes têm suas famílias com seus interesses econômicos que o clube vá bem e depois são, digamos, uma alternativa minoritária em Barcelona, isto é, são tantas pessoas que ... há pessoas que não gostam do FC Barcelona, por qualquer motivo, por serem alternativas. Então o Espanyol, vamos dizer então, neste aspecto é um pouco, de setores menores que se aproximam deles, mas digamos ... o Espanyol tem feito nestes últimos anos, nestes últimos 5, 7, 8, 10 anos uma mudança muito grande, porque passou de uma equipe que sempre jogou, vamos dizer, "do contra", para começar a ser afirmativa, eu acredito ... acredito que isso vai fazê-los crescer.".

[522]"A primeira permissão para falar sobre o Espanyol, é que o que nos são as cores, e cada um que vote em quem quiser (...) nesta penya não se fala de política nem de religião, porque aqui só existe um sentimento que nos une que é o *blanquiazul* [azul e branco].".

destacou que a neutralidade política do clube era na verdade um símbolo de "pluralidade e democracia" da instituição:

> Es muy popular, hay gente de derechas, de izquierdas, gente independentista, gente españolista hay gente de todo. A mi, lo que me gusta de el Espanyol es que es muy plural, es muy plural y es un lugar donde tu puedes ver todas las banderas y a mí me encanta eso. O sea, tu puedes ver una bandera independentista, una bandera catalana, una bandera española y eso me parece precioso. Hay mucha gente del Barça que se siente super española, mucha. Pero jamás se les ocurrería llevar una bandera de España en el campo, jamás. Porque el Barça es políticamente…esta muy marcado. Nosotros, políticamente, somos muy llibres todas las expressione son llibres en Espanyol (OLIVA, 2017)[523].

Segundo Oliva, os *blanquiazules* (torcedores do *Espanyol*) nunca foram um clube *espanholista*, mas que simplesmente mantiveram-se "apolíticos" (como sempre) e não rechaçavam ninguém: "nuestra história temos que escrever nosotros" foi uma das frases expressas por Oliva mais de uma vez nas suas memórias, também afirmando que essa alteridade incomodava muito os *pericos* que sempre teriam visto o esporte como um "espaço apolítico", e ele próprio achava que a política não deveria ocupar todos os espaços da sociedade. Oliva, ainda, acrescentou que esse simbolismo que obteve o *FC Barcelona* em relação a Catalunha, e que colocava o *Espanyol* como contraponto, pode ter prejudicado o crescimento do clube, tal como o próprio nome do clube que pode mesmo ter reforçado aquela dicotomia, dicotomia ainda presente na época em que realizamos a entrevista (embora, para ele, fosse provavelmente mais frágil nas novas gerações). Na verdade, segundo ele, o nome *Español* teria surgido na época como contraponto aos jogadores estrangeiros, dos outros clubes na cidade (e não em oposição ao *catalanismo*, ainda nascente naquele período), e ao longo dos anos se manteve por motivos de manter a tradição do nome.

A Sra Araceli ressaltou o valor, o sentimento que estava implícito em aficionar para um clube que não era vencedor, como seriam o *Real Madri* e o *FC Barcelona* por exemplo, mas mais do que isso, um clube que seria segregado na sua própria região: "…nosotros somos la resistencia, por el amor a unos colores, no por política." (ARACELI, 2017)[524]. A posição do *RCD Espanyol* em Barcelona, segundo a *penysta*, poderia ser comparada com a do *Atlético de Madrid* em Madrid (mesma comparação e simpatia, levantada pelo memorialista Hector Oliva) "peleadores", e "raros" ("lutadores" e "estranhos") na própria cidade, embora ela concluísse que o caso dos *pericos* fosse mais complicado ainda porque o *Atletico de Madrid* teria uma grande dimensão em Madri. Num

[523]"É muito popular, há pessoas de direita, pessoas de esquerda, pessoas pró-independência, pessoas pró Espanha, pessoas de todo o tipo. Para mim, o que eu gosto no Espanyol é que é muito plural, é muito plural e é um lugar onde você pode ver todas as bandeiras e eu adoro isso. Em outras palavras, você pode ver uma bandeira pró-independência, uma bandeira catalã, uma bandeira espanhola e eu acho isso lindo. Há muitas pessoas do Barça que se sentem muito, super espanholas. Mas nunca lhes ocorreria levar uma bandeira espanhola no campo, nunca. Porque o Barça é politicamente ... é muito marcado. Nós, politicamente, somos muito livres, todas expressões são muito livres no Espanyol.".

[524]"…nós somos a resistência, pelo amor a umas cores, não por política.".

desenho mais abrangente das alteridades, o memorialista Hector Oliva destacou que poucos torcedores do *Espanyol* torceriam pelo *FC Barcelona* numa eventual final de *UEFA Champions League* contra outro clube, por exemplo, em nome de Catalunha. Talvez alguns torcessem pelo *Real Madri* (nessa mesma situação), mas, segundo ele, certo seria que muitos *pericos* torceriam contra o Barcelona numa final internacional. Oliva também destacou a existência de torcedores "mistos" na Espanha (torcem pra mais de uma equipe: uma local e outra geralmente *FC Barcelona* ou *Real Madrid*), mas na sua opinião, isso não seria um fenômeno abrangente.

Em outro momento, a Sra Araceli além de reafirmar a "força do sentimento" em ser *blanquiazul*, disse que a transmissão torcedora do clube estava muito ligada aos laços das famílias (opinião comum entre os entrevistados), e concordou que essa manutenção da *tradição* era também um papel realizado pelas *penyes*: "El ser de *Espanyol* yo creo que la mayoría de nosotros o llevamos desde la cuna, muchos ya venimos de familia y lo hemos vivido…digamos que del Barça del Madri, de equipos punteros es muy fácil ser. Ser de *Espanyol*, o lo sientes o es muy difícil de serlo" (ARACELI, 2017)[525]. Sobre a função das *penyes*: "mantener ese sentimiento, pues cada día reafirmarlo, pero no porque nosotros necesitamos reafirmarlo, pues nosotros ya estamos convencidos, sino para que la gente joven, que es dificil pueda seguir nuestro referente" (ARACELI, 2017)[526]. Na entrevista que realizei com ela, e com o Sr. Anton Roig (vicepresidente da federação de *penyes* do clube), houve duas declarações que me chamaram a atenção, e valem a pena ser transcritos, descrevendo o sentimento *perico*:

> …que significa ser del Espanyol (…) en el mundo empresarial es muy complicado las mujeres…siempre lo hemos tenido complicado, lo seguimos tenendo complicado, y yo siempre he dicho, mismo igual que sea un director general o un…siempre ha dicho lo mismo: "conmigo no podrás: soy mujer, soy del Espanyol, y de una penya que se llama *los incansables*!". Con esto, es decir, marcas una línea. Te hace ser…yo creo que nosotros españolistas somos resistencia. Una resistencia y no fundo pues unos románticos, unos romanticos de no doblegarnos hacia donde va a todo […], pero sí que es un sentimiento de no dejarnos llevar por las mayorías…" (ARACELI, 2017)[527].
>
> Yo te definiría el sentimiento del Espanyol si me eligeras un momento…oye es que me emociono y todo e [voz muda, e quase chora]…De los años que yo vivi en Espanyol hay

[525]"Ser do Espanyol, eu acho que a maioria de nós o carregamos desde o berço, muitos de nós vêm da família e o vivemos intensamente ... digamos que o Barca, o Real Madri, de equipes protagonistas é muito fácil de ser. Ser do Espanyol, ou você sente isso ou é muito difícil ser.".

[526]"...manter esse sentimento, e cada dia reafirmá-lo, mas não porque precisamos reafirmar isso pra nós, porque nós já estamos convencidos, mas para que os jovens, que são difíceis, que possam seguir nossa referência.".

[527]"... o que significa ser do Espanyol (...) no mundo dos negócios para as mulheres é muito complicado ... nós [mulheres] sempre o tivemos complicado, ainda temos complicado, e eu sempre disse, mesmo que seja um diretor geral ou ... sempre disse o mesmo: 'comigo você não pode: eu sou uma mulher, eu sou do Espanyol, e de um penya chamada los incansables [os incansáveis]!'. Com isto, isto é, demarcas uma linha. Isso faz você ser ... Eu acho que nós do Espanyol somos a resistência. Uma resistência e no fundo pois uns românticos, uns românticos de não se dobrar para onde vão todos, […] mas é um sentimento de não se deixar levar pelas maiorias... ".

> diferentes momentos muy malos: o primeiro que bajamos a segunda que era una niña […] pero era niña y fue un drama o sea un drama, pero yo te diría el día de la Copa de Valencia [conquista do Espanyol da Copa do rei de 2000] que dijimos: "yo me puedo morir ya, he visto ganar una copa el Espanyol". Y el día que Corominas marcó el gol, o sea estuvimos 10 o 12, o 15 minutos en segunda…estábamos en segunda división, y lo que es de Espanyol estábamos destrozados. O sea, me acuerdo que estaba en Montjuíc con las manos entre la cabeza[528],
>
> [Sr. Antoni Roig interrompe] *Yo estaba rezando en lavabo, o sea no vi el gol*, *yo arrodillado en el lavabo…yo soy religioso, y estaba rezando en lo lavabo*…[529]
>
> Entonces describirle el Espanyol, explosión de cuando minuto 93 el Corominas metió el gol, aquello no se vive. Yo creo que aquello, una equipo de primera, una equipo normal no lo pueda sentir porque fue una explosión cuando vimos entrar el gol de locura, absoluta y de abraçarnos y llorar desconsoladamente con lo que teríamos al lado: Yo porque tenía mi hermano, me acuerdo que me abracé a mi sobrino, con los de atrás, con los delante, o sea fue una explosión que es muy difícil de describirle (ARACELI, 2017)[530].

O Sr. Anton Roig repetiu uma mesma narrativa já oferecida pelo memorialista Hector Oliva: a de que por muito tempo havia certa vergonha em se apresentar como torcedor do *Espanyol*, pois eram taxados como "raros" (estranhos) em Barcelona, mas que em tempos recentes isso estava se tornando uma questão de orgulho, e muitos torcedores haviam "saído do armário" (eles utilizaram exatamente essa expressão)[531].

Segundo ele, ainda, a torcida do *Espanyol* tinha consciência de que torcer pelo clube não era esperar por resultados. No que diz respeito as *penyes* do clube, ele afirma que os encontros destas para assistir aos jogos da equipe haviam se enfraquecido, vez que mais recentemente muitos aficionados preferiam assistir em casa aos jogos, em sua própria TV por assinatura. Por outro lado, o encontro anual das *penyes* do clube (*Aplec de penyes*) continuava tal como as comemorações de aniversários de inauguração de cada *penye*. Esses eventos seriam acompanhados de atividades sociais

---

[528]"Eu definiria o sentimento do Espanyol, se você me escolhesse um momento ... olha, como eu fico emocionada e tudo [muda a voz, e quase chora] ... Dos anos que vivi no Espanyol houve diferentes momentos muito ruins: primeiro, caímos para a segunda divisão, e eu era menina [...] mas eu era menina e foi um drama, ou seja, um drama, mas eu te diría que no dia da Copa de Valência [conquista do Espanyol da Copa do Rei em 2000] eu diria a você: 'Eu posso morrer agora , Eu vi o Espanyol ganhar uma taça '. E o dia que Corominas marcou um gol, ou seja, estivemos 10 ou 12, ou 15 minutos na segunda divisão ... estávamos na segunda divisão, e quem era do Espanyol estava destruído. Quer dizer, eu lembro que estava em Montjuíc [Estádio] com as mãos entre a cabeça...".

[529]"Eu estava rezando no banheiro, não vi o gol, me ajoelhei no banheiro ... sou religioso, e estava rezando no banheiro ...".

[530]"Então, descrever-lhe o gol do Espanyol, explosão quando aos 93 minutos Corominas marcou o gol, aquilo não se vive. Eu acho que, uma equipe de primeira, uma equipe normal não pode sentir isso porque foi uma explosão de loucura quando vimos entrar o gol, absoluta, e nos abraçarmos e chorar de forma inconsolável com quem estáva ao lado: eu tinha meu irmão, eu lembro que abracei meu sobrinho, com os de trás, com os de frente, ou seja, foi uma explosão muito difícil de descrever ...".

[531] Aliás, nesse aspecto vale fazer menção à Silva (2018), que aponta que entre os espanyolistas seria também comum críticas ao FC Barcelona de que as campanhas em prol do compromisso social, e pela "pluralidade", evocados pelo clube blaugrana, seriam apenas "marketing", pois o clube estaria ligado historicamente aos núcleos sociais da "Catalunha conservadora e provinciana", além de realizar associações com organizações como a Qatar Foudantions/Airlines, do governo do Catar (que por exemplo, criminalizaria os homossexuais).

e almoços/jantares (ele rememorou um *Aplec* que organizou na sua cidade, Réus, e promoveu uma partida de hóckei sobre patins como atração), mas os jogadores em atividade já não compareciam mais como antigamente (não tinham mais a mesma proximidade com os torcedores).

Memórias panorâmicas sobre a *globalização* do *Espanyol*: um *outsider*

Os entrevistados fizeram sínteses mais amplas sobre a inserção do clube no chamado "futebol negócio". Entre os meus entrevistados do *Espanyol* (tal como já havia acontecido com alguns *barcelonistas*), foi comum um sentimento de certo desencanto o futebol que se institui ao longo do tempo, que se associa cada vez mais aos negócios. O memorialista Xavier afirmou, nesse sentido, que o "futebol moderno" seria cada vez mais um futebol das desigualdades, enquanto que o relato de um dos *hinchas* figura emblemático nesse sentido:

> El fútbol moderno es sinónimo de negocio. Sólo hay que ver las cantidades astronómicas que se pagan por los jugadores, que se han convertido en mercenarios. Ya no existe el sentimiento por un escudo, por unos colores; son muy pocos los jugadores (y cada vez menos) los que ponen por delante su amor por un club al dinero (como por ejemplo Totti, De Rossi, Iniesta, King, etc.). Los únicos que mantienen la esencia, los valores, y lo que realmente representa unos colores son los aficionados. Sin ellos el club perdería su identidad.(CURVA RCDE, 2017)[532].

Uma percepção mais ou menos geral é que o clube, ao longo desse processo, não conseguiu acompanhar a dimensão dos gigantes que se estabeleceram na Europa, como por exemplo, o *FC Barcelona* ou o *Real Madrid*. Alguns entrevistados citaram o *RCD Espanyol* como 3º ou 4º clube na Catalunha (atrás de *FC Barcelona*, *Real Madrid*, e possivelmente também do *Real Bétis*). As visões que se constroem sobre o clube, no período, obviamente diferem, mas um *acordo* mais ou menos comum foi de que a dimensão do *RCD Espanyol* representou um clube não protagonista na Espanha e na Europa no período, mas importante nessas configurações, com alguns momentos pontuais de destaque. Foi comum entre os entrevistados mais ligados ao clube, a ideia de que uma nova ruptura na sua história, em tempos mais recentes acontecia, após um período visualizado como de grandes dificuldades econômicas, demarcada pela venda do *Estádio Sarriá* e queda para a segunda divisão, por duas vezes. Nesse novo momento visualizado, o clube poderia desenvolver uma trajetória crescente afinado mais ao "futebol dos negócios" (mesmo com o "gigantismo" vizinho do *FC*

[532]"O futebol moderno é sinônimo de negócios. Basta ver os valores astronômicos pagos aos jogadores, que se tornaram mercenários. Não há mais a sentimento por um escudo, pelas cores; são muito poucos os jogadores (e cada vez menos) que demonstram seu amor por um clube, ao invés do dinheiro (como Totti, De Rossi, Iniesta, King, etc.). Os únicos que mantêm a essência, os valores e o que as cores realmente representam são os amadores. Sem eles, o clube perderia sua identidade.".

Barcelona), embora sem pretensões de rivalizar com os clubes globais num prazo curto. Nessa linha um dos aficionados afirmaria:

> A nivel de patrocinios, tener en la misma ciudad un club tan potente en todos los aspectos como el *FC Barcelona* no ayuda. Pero igualmente, el Espanyol nunca tuvo muchos problemas para encontrar patrocinadores, y todo esto es aún más cierto desde la llegada del nuevo accionario [refere-se ao novo proprietário do clube Yan Sheng Chen] (CURVA RCDE, 2017)[533].

As memórias de Xavier Hierro, sobre a globalização do clube, sublinharam algumas falhas na profissionalização do clube, mas muito a dificuldades econômicas enfrentadas nesse processo:

> El fútbol moderno ha cambiado muchísimo. Se ha modernizado por varios motivos: con la conversión de Clubs de fútbol en SAD (Sociedades Anónimas Deportivas); con los derechos televisivos; con el tema de merchandising. La organización del club siempre se ha llevado de manera muy "familiar", con mucha buena voluntad que no implica profesionalidad. Algunos Presidentes, jugadores o personal del club dedicaron su tiempo sin esperar nada a cambio y lo hicieron de manera ejemplar, pero sin ser profesionales. En cambio, algunos profesionales no han tenido el acierto que se esperaba de ellos. Sin duda alguna, aumento de patrimonio no. Históricamente el RCD Espanyol ha sido un club con problemas económicos. Ya en los primeros años fundacionales tuvimos que abandonar algún campo por no poder pagar el alquiler. La venta de Sarrià se realizó porque "parece ser" que no había otra salida. Ni de esa manera se liquidó la deuda y fuimos a jugar de alquiler al Estadio de Montjuïc. Se dió un paso muy importante en construir el Estadio de Cornellà-El Prat, pero eso generó unos créditos y hipotecas para financiar la construcción del nuevo Estadio, pagar nóminas y deudas pendientes especialmente con Hacienda (HIERRO, 2017)[534].

O periodista e memorialista Héctor Oliva relatou que o *RCD Espanyol* teve algumas más gestões desde a década de 1980, e que ao final desta década o clube enfrentou um momento de ruptura em sua história, caracterizada como um período de forte crise econômica, desportiva, divisões no clube, crise de identidade e risco de desaparecimento. Oliva, ainda, recordou que por essa época o clube, por força de lei, também teve que se converter em uma *SAD,* e as dificuldades econômicas levariam a venda do *Estádio de Sarriá*. Nessa linha, os inícios da década de 1990 seriam muito ruins para o clube, situação que seria agravada pela "*Ley de Deporte"* (1990) e o próprio sistema cada vez mais mercantilizado que, na visão de Oliva, tendeu a favorecer determinadas equipes que já estavam

---

[533]"No nível dos patrocínios, ter um clube tão poderoso na mesma cidade em todos os aspectos, como o FC Barcelona, não ajuda. Mas, do mesmo modo, o Espanyol nunca teve muita dificuldade em encontrar patrocinadores, e tudo isso é ainda mais verdadeiro desde a chegada do novo acionário [refere-se ao novo proprietário do clube Yan Sheng Chen].".

[534]"O futebol moderno mudou muito. Foi modernizado por várias razões: com a conversão dos clubes de futebol em SAD (Sports Public Limited Companies); com os direitos televisivos; com o tema de merchandising. A organização do clube sempre foi realizada de maneira muito "familiar", com muita boa vontade que não implica em profissionalismo. Alguns presidentes, jogadores ou funcionários do clube dedicaram seu tempo sem esperar nada em troca, e o fizeram de maneira exemplar, mas sem serem profissionais. Em contrapartida, alguns profissionais não tiveram o sucesso que se esperava deles. Sem dúvida, sem aumento do patrimônio. Historicamente, o RCD Espanyol tem sido um clube com problemas econômicos. Já nos primeiros anos de fundação tivemos que abandonar o campo por não poder pagar o aluguel. A venda de Sarrià foi feita porque "parecía ser" que não havia outra saída. Nem dessa forma a dívida foi liquidada e fomos jogar como inquilinos no Estádio de Montjuïc. Foi dado um passo importante ao construir-se o Estadi Cornella-El Prat, mas isso gerou empréstimos e hipotecas geradas para financiar a construção do novo estádio, mais pagar salários e dívidas pendentes especialmente com Hacienda.".

na “roda do sucesso”, relegando as outras, como o *Espanyol*, à “roda das dívidas”, esta que incluía a dificuldade de manter jogadores e formar equipes competitivas, nesse processo:

> Hemos tenido muy malas gestiones esto está clarísimo. Pero también es verdad que la reconversión de los clubs en sociedades anónimas, que se produjo a los finales del siglo XX, fue un fracaso. Fue un fracaso. Todos los clubs tenían deudas, los vendieran la reconversión de los clubs en sociedades anónimas como se eso fuera ser la solución y todos los clubs multiplicaran sus deudas, mucho más… ¿Cuáles fueron los únicos clubs que no fueron obligados a reconvertir-se en sociedades anónimas? (…) Barcelona, Madrid y Athletic de Bilbao. Para ellos había como otra legislación porque no eran sociedades anónimas y curiosamente esa legislación les fue mucho mejor. Es decir, empezó la legislación, favoreció que hubiera dos clubs básicamente de primera categoría y el resto cada vez peor. Unos cada vez mejor, otros cada vez peor. Si a eso le añadimos que, en realidad, es como una rueda porque cada vez que tú vas mejor tienes más posibilidad de ir a mejor, es bastante capitalista digamos, porque tienes más derechos de televisión, porqué la Champions [UEFA Champions League], la UEFA te da más dinero, para llegar más lejos, de tal modo que se conforma un sistema donde el que está mejor, y la legislación le favorece, y cada vez está mejor. Él que está peor, cada vez está peor. Más difícil salir de la rueda de las deudas, porque cada vez tienes que vender los jugadores antes, porque tienes que pagar las deudas. Por lo tanto, no los puede vender por treinta millones, les tienes que vender por tres millones es un…yo creo que el fútbol [error]… especialmente se ha liberalizado demasiado. Entonces es muy ley de la selva, y eso favorece a los que están mejor. Favorece los que está mejor. Tú puedes comprar y vender jugadores de 16 años, los puedes comprar y vender en casi en cualquier momento del año. Hace 20 años no, tú te tenías que esperar a final de temporada. Ahora ahí está el mercado de invierno [refere-se ao fim do ano, no meio da temporada esportiva na europa], no sé cuántos…casi a la mínima que empieza a despuntar un jugador al cabo de tres meses ya se ha ido. El mercado es muy liberal y por lo tanto termina favoreciendo a los que tienen, a los que tienen mejor situación. No es una excusa, el Espanyol ha tenido muy malos presidentes hay tenido muy mala gestión, pero es verdad que el 95% de los clubs españoles han tenido y tienen deudas. Sólo los que no fueron obligados a convertirse en sociedades anónimas son clubs viables económicamente (OLIVA, 2017)[535].

Já entre os *barcelonistas*, foi comum certa ideia de que o *Espanyol* não acompanhou o processo de globalização e a inserção na indústria esportiva, tal como ocorreu em outros clubes na Europa. O periodista e memorialista Jordi Finestres destacou que os aficionados do clube

[535]“Tivemos muitas más gestões, isso é muito claro. Mas também é verdade que a reconversão dos clubes em sociedades anônimas, que ocorreu no final do século XX, foi um fracasso. Foi um fracasso. Todos os clubes tinham dívidas, venderam a reconversão dos clubes em empresas como se isso, que era para ser a solução e todos os clubes multiplicaram as suas dívidas muito mais ... Quais foram os únicos clubes que não foram obrigadas a reconverter-se em sociedades anônimas? (...) Barcelona, Madrid e Athletic Bilbao. Para eles, havia outra legislação, porque eles não eram sociedades anônimas e curiosamente esta legislação se saiu muito melhor. Ou seja, a lei começou, favoreceu ter dois grandes clubes, e o resto piorando. Cada vez melhor, outros pior e pior. Se acrescentarmos que, na verdade, é como uma roda, porque cada vez que você vai melhor, você tem mais chances para ficar ainda melhor, é bastante digamos capitalista, porque você tem mais direitos de televisão, porque a Champions [UEFA Champions League], a UEFA te dá mais dinheiro para ir mais longe, de modo que se conforma um sistema onde o que está melhor, a legislação lhe favorece, cada vez ficará melhor. O que está pior, cada vez mais estará piorando. Mais difícil sair da roda de dívidas, porque cada vez que você tem que vender jogadores antes, porque você tem que pagar as dívidas. Portanto, não pode vender por trinta milhões, terá que vender por três milhões, é um ... Eu acredito que o futebol [error] ... especialmente foi liberalizado demais também. Então, é a lei da selva, que favorece aqueles que estão em melhor situação. Favorece o que está melhor. Você pode comprar e vender jogadores de 16 anos, pode comprá-los e vender em quase qualquer época do ano. 20 anos atrás não, você teria que esperar até o fim da temporada. Agora, aí está o mercado de inverno, não sei quantas ... quase no início quando surge um bom jogador, ao cabo de três meses já terá ido. O mercado é muito liberal e, portanto, acaba favorecendo aqueles que estão em melhor situação. Não é uma desculpa, o Espanyol teve presidentes muito ruins, teve gestões péssimas, mas é verdade que 95% dos clubes espanhóis tiveram e têm dívidas. Somente aqueles que não foram forçados a se tornar sociedades por ações são clubes financeiramente viáveis.”.

permaneceram insistindo em uma rivalidade com o *FC Barcelona*, em sua visão cada vez mais unilateral. Os *gradas barcelonistas* Josep e Jacop, desenvolveram uma leitura de “apequenamento” do Espan yol nesse período, e para Jacob isso se iniciaria com a saída do clube do *Estadio de Sarriá.*

6 CONCLUSÃO

Ao longo da tese, para melhor destacar os intercâmbios que passam a vivenciar os dois clubes, propusemos uma leitura do processo histórico a partir da teoria das *configurações* de Norbert Elias, segundo a qual um clube de futebol, ou uma sociedade (na *globalização*), demandaria uma perspectiva analítica que reunisse seus *reencaixes* desde as *configurações* locais, até as globais.

Assim, iniciou-se a tese aprofundando-se um pouco sobre a categoria das *identidades* na *globalização*. Destacou-se o uso do plural de *identidades*, pois considerou-se os grupos sociais (o indivíduo, e os próprios clubes) no período, como entes muito complexos, a ponto de expressarem *identidades múltiplas*, entrelaçadas e *híbridas*, por várias vezes conflitantes (e heterogêneas, dentro e fora dos grupos) embora não sem um dado sentido de prioridades, ou de aceitações mais amplas quando representavam símbolos coletivos (ainda que momentâneos). Argumentou-se, também, que as *identidades* surgiam como sistemas de representação dos indivíduos, orientadas por *coordenadas* de *tempo* e *espaço*, e assim eram construídas a partir de *matérias primas* as quais se teria acesso. Dessa forma, na *globalização*, essas *coordenadas* passariam a ser mundiais.

Posto isso, procurou-se então aprofundar o que seria o *contexto* das *identidades* no período, ou seja: a própria *globalização*, ou a "sociedade global". Aí destacou-se que a *globalização* seria *contexto* de *integração* e *interconexões* diversas e complexas, e ao mesmo tempo um cenário de profundas *metamorfoses*. Nas palavras de Giddens, de *desencaixes* e *reencaixes*. Mapeamos algumas experiências em geral desses *reencaixes*: situando como se deram as *trocas* e transformações econômicas, os fluxos da maior mobilidade humana, o trânsito das inovações tecnológicas, e até o perfil dos intercâmbios políticos, que não necessariamente resultavam em equilíbrios para as sociedades e os atores que as vivenciavam. Apontamos também que essas transformações e trocas reforçavam o fenômeno da *compressão do espaço tempo* e as *hibridizações*. Especificamos as identidades resultantes desses intercâmbios, nomeando como processos de *grobalization* e *glocalization*, que em síntese seriam formas identitárias que se consagrariam do global para o local (*grobalization*), ou do local para o global (*glocalization*) respectivamente, embora esses processos identitários também pudessem acontecer juntos pensando as *identidades* como um fenômeno não *monolítico* (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009). Esses elementos figurariam fundamentais para entender as *identidades* na *globalização*, tal como as transformações diversas, como as ocorridas nas estruturas dos clubes que apresentamos.

Na esteira e reflexo dos processos citados acima (*compressão do espaço tempo*, *hibridizações*, *grobalization* e *glocalization*), ascenderiam o que chamamos de "novas identidades"

da *globalização*: a *atomização,* o *ethos-trabalho*, o *consumismo*, a *tradição*, o *fundamentalismo* e o *descentramento*. Todas elas conviveriam com o fortalecimento do *catalanismo* (que poderia ser entendido como *identidades tradição* e/ou *descentramento*) nos clubes, em associações complexas dentro dos diferentes grupos e indivíduos que eles conformavam ao longo do processo histórico.

Adentrou-se então a *configuração esportiva*, buscando elementos estruturais (e globais) deste *contexto* (no período) que impactariam na transformação dos clubes e metamorfoses das *identidades*, seja em agremiações de qualquer parte do globo, seja no caso dos clubes de Barcelona (que estudamos). Aí demonstrou-se que a configuração esportiva sofreu metamorfoses significativas desde 1970, e revelou-se, na *globalização*, como um cenário de disputas e associações complexas entre diferentes agentes de dentro e de fora da *configuração* propriamente esportiva (governos, federações, conglomerados empresariais, midiáticos e clubes de diferentes dimensões, por exemplo), refletindo formas *neoliberais*, mas também formas *neomercantis* (GIULIANOTTI & ROBERTSON, 2009). Sublinhamos que foi neste contexto que ascendeu o paradigma e o ideal do *clube-empresa*, motivado por normativas dos governos (ou o movimento de "redução" deles, por políticas *neoliberais*), pelo crescente volume de dinheiro (e também de oportunidades) que passaram a movimentar os clubes protagonistas (em associação com grandes conglomerados empresariais e midiáticos), e/ou pelo ambiente mais competitivo do desporto. Uma nova inflexão mais aguda dentro do modelo do *clube-empresa,* promoveu alguns poucos clubes chamados transnacionais (*TNCs*), sendo um exemplo o próprio *FC Barcelona*. O *clube empresa,* como ideal e no plano teórico (tal como as outras instituições que surgem em *mutualismo* com ele, como empresas de consultoria, aquelas de formação de quadros profissionais ou de construção de estádios), passa a contribuir na modelagem de um determinado formato de corpo social nos clubes (*modelo corporativo*), e refletir também uma das identidades globais (*grobalization*) ascendentes no período: o *ethos-trabalho*. Por outro lado, o modelo *clube-empresa* tomaria formas diferentes em lugares diferentes do planeta, revelando-se *glocalizado*. Ainda, os ideais do "mercado" e do "mundo corporativo" não se inseriram com hegemonia no futebol (apesar do grande volume de dinheiro que passa a movimentar): oligarcas, mas também magnatas mundiais, passam a associar-se com o desporto não apenas pela busca do lucro, mas como estratégia de *soft-power* e mesmo com intenções criminosas, como a lavagem de dinheiro.

A ascensão do *clube-empresa* também demarcou a complexificação do corpo social diretivo dos clubes, em termos de funções e organograma, e um maior apartamento da comunidade local (e da torcida), e do relacionamento mais afetivo com a agremiação. É dentro desse modelo que os clubes passam a administrar a sua "identidade" ou marca, pensada estrategicamente para atingir públicos

esportivos determinados ou *stakeholders*, no que passou a denominar-se *branding.* Estes processos foram detalhados em suas trajetórias históricas específicas, no *FC Barcelona* e no *RCD Espanyol*.

Ainda dentro da configuração esportiva mundial, destacou-se um grande movimento de mobilidade internacional de atletas. Este movimento aconteceu não apenas para clubes destacados mundialmente, mas reuniu um circuito muito maior de clubes menores e até semi-amadores, refletindo-se em problemas como o tráfico humano e de jovens atletas, envolvendo diferentes partes do planeta. Apesar da mobilidade de atletas aumentar já desde a década de 1970, seria com a chamada *Lei Bosman* (1995), que uma grande inflexão nesse movimento se daria em nível mundial. Seriam os clubes *TNCs* das chamadas *Big 5* (entre eles o *FC Barcelona*) que mais se beneficiariam da liberalização do mercado de atletas, sendo bem demarcado um fluxo dos considerados melhores jogadores dentro e fora da Europa, para restritos destinos, como o *FC Barcelona*.

Outra questão elementar no *contexto* da *globalização* do futebol, seria a ascensão das TVs e poderosos conglomerados midiáticos transnacionais privados no desporto, que começariam a injetar somas de dinheiro cada vez maiores, e causaram maiores desequilíbrios entre os clubes em países em que não aconteciam acordos coletivos de venda de direitos de televisionamento (como na Espanha). O crescente aporte financeiro no futebol refletiria diretamente num agudo inflacionamento nos valores dos atletas, na transformação das competições (moldada em favor dos patrocinadores e de um melhor formato para "venda da imagem") e na associação do futebol com empresas multinacionais que passaram a ver no desporto um potente veículo publicitário. Paralelamente, essa metamorfose acabou também promovendo uma *cartelização* no desporto, com a redução de clubes efetivamente competitivos em escalas nacionais e globais. Por outro lado, a falta de limite sobre os ganhos de jogadores, a falta de regulamentação pelos poderes estatais, associado a demanda por desempenho esportivo nos clubes, tornaria o cenário esportivo, em diversas partes do planeta (em algumas partes mais em outras menos), um ambiente potencial para quebra e falência das agremiações, ameaçando o próprio sistema dos campeonatos. Nesse sentido o *fair play financeiro* instituído pela UEFA, em 2011, figuraria como um marco disruptivo naquela trajetória, embora o ambiente permanecesse vulnerável financeiramente.

Ao adentrarmos às transformações das *identidades* nos clubes, reforçamos que as agremiações precisariam ser vistas em âmbitos separados para melhor entender as transformações estruturais e *identitárias* que aconteciam na *globalização*, e para o nosso caso como o próprio *catalanismo* seria incorporado nesses dois *lugares*. Assim, destacamos que as metamorfoses que aconteciam no *âmbito diretivo* não eram exatamente as mesmas que aconteceriam no *âmbito torcedor*. No *âmbito diretivo* destacamos a ascensão da cultura corporativa e do *ethos-trabalho* (paralelo a

transformação legal dos próprios moldes organizativos, e sua composição social), já no *âmbito torcedor* sublinhamos a reconfiguração das formações torcedoras, sobretudo na ascensão de modelos pautados por uma *lealdade moderna* (mais pautada pelas *identidades consumo*, pelo individualismo e pela efemeridade), embora pela manutenção ainda destacada da *lealdade tradicional* (mais pautada pelas identidades *fidelizada*, pelo holismo, pela permanência e valorização das tradições). Neste momento, fizemos uma breve revisão bibliográfica sobre o estudo das torcidas nas ciências humanas, e as categorias frequentemente utilizadas. Alertamos, ao final, que modelos muito específicos de categorias torcedoras (como o proposto por Giulianotti) poderiam ser problemáticos, visto que na nossa experiência de estudo se demonstraram inconsistentes e limitadores. Assim, propusemos (e realizamos) o estudo do âmbito torcedores apenas usando a separação simples (aberta, e previamente destacada, e sem buscar uma rigidez dicotômica) entre a *lealdade tradicional* e *lealdade moderna*, completando a análise dos "mosaicos identitários" (que verificamos atravessadas por outras *identidades*, reflexos das *trocas* da *globalização*) das torcidas do *FC Barcelona* (que se transforma em uma massa social global) e do *RCD Espanyol* (que permanece local), na descrição e na experiência histórica.

Da configuração *global* adentramos as configurações mais próximas dos clubes de Barcelona: as transformações do Estado, sociedade e economia espanhóis, no pós-franquismo e na *globalização*; as culturas regionais (ou nacionais) na Espanha e sua associação com o futebol no período; a Catalunha na *globalização* e um pouco sobre o *catalanismo*; as transformações na configuração esportiva do futebol espanhol; as mudanças na configuração midiática, e finalmente as mudanças normativas.

Partimos então para uma análise da trajetória histórica dos clubes, no âmbito *diretivo* e *torcedor*, trazendo um desenho mais definido de como o *catalanismo* se reforça na especificidade dos dois clubes, e como os dois clubes de distanciam mais em termos estruturais.

***

Conforme proposto nos inícios deste trabalho, duas questões centrais nortearam o seu desenvolvimento. A primeira delas era entender por que, e de que forma, o *catalanismo* se reforçou na especificidade dos dois clubes. A segunda era compreender como o *FC Barcelona* se converteu em um protagonista mundial no período, enquanto o *RCD Espanyol* permaneceria apenas um clube de dimensões locais.

Findo o trabalho, reitera-se que essas transformações só podem ser entendidas vislumbrando a *globalização* como um processo de trocas complexas (e não de meras imposições ou resistências monolíticas) entre as diferentes sociedades e atores, mundialmente. Por outro lado, essas trocas

também precisam ser compreendidas como um movimento que, na maior parte das vezes, não resultaram em equilíbrios, como bem demonstram as diferentes dimensões, que já existiam e se acentuam, entre o *FC Barcelona* e o *RCD Espanyol*, no período. Conforme procuramos expor, aquelas diferenças não estavam ligadas simplesmente a uma "falta de modernidade" do *Espanyol* (em relação ao *FC Barcelona*), ou mera "incompetência" para se tornar protagonista, como os *barcelonistas* se tornariam. Embora o *FC Barcelona* tenha dado um "salto" desde 2003, em termos de "méritos corporativos" para tornar-se um protagonista mundial, no caso da diferença entre os dois clubes haveria uma série de outros motivos, com destaque a própria trajetória histórica dos clubes anterior já à década de 1980. Além disso, o *Espanyol* não era um caso isolado dentro da *Liga*, nem na Europa. Nesse sentido um dos movimentos no campo esportivo durante a *globalização*, conforme demonstrado, foi a *cartelização* desse sistema, com poucos clubes ascendendo a condição de efetivos protagonistas mundiais, e com um alargamento geral das diferenças econômicas entre os clubes. E isto foi paralelo, inclusive, ao endividamento disseminado dos clubes, apenas efetivamente combatido com o chamado *fair play financeiro* promovido pela *UEFA* a partir de 2011. Vale destacar, como demonstrado, que na própria Espanha os clubes deviam cerca de € 90 milhões em meados da década de 1980, e cresceriam (ao longo dos anos) para uma dívida de cerca de € 4 bilhões em 2010 (justamente, um endividamento que se agrava após a lei de conversão dos clubes às *Sociedades Anônimas*). Neste cenário, ainda, os clubes que reforçam mais o protagonismo já existente, são o *FC Barcelona* e o *Real Madrid*, justamente os clubes que *formalmente* não tinham se tornado empresas.

Deste ponto, retomamos duas análises (apresentadas na introdução deste trabalho), realizadas no Brasil sobre *globalização* no desporto no país, empreendidas por Ronaldo Helal (1997) e Marcelo Proni (1998, 2000). No caso de Helal, a tese era de que o Brasil teve um mau encaixe na *globalização* porque prevalecia um dilema identitário na sociedade brasileira (por consequência no campo esportivo e nos seus círculos gestores) entre o *tradicional* e o *moderno*, o qual era preciso superar em favor do *moderno*.

De fato, a maior profissionalização dos clubes na Espanha e da própria *Liga*, otimizou a gestão do futebol e possibilitou alguns casos destacados (e certa ascensão) de alguns clubes dentro da configuração esportiva: como, por exemplo, o *Athletic de Bilbao*, e mais recentemente o *Atlético de Madri* (que tenta se estabelecer como o "terceiro" clube da Espanha) ou mesmo do *Eibar* (um clube que vai ascender a primeira divisão da *Liga* em 2014, vindo de uma cidade de apenas 20 mil habitantes). Mas essa trajetória é muito mais complexa, e não pode ser explicada apenas dentro daquela dicotomia. Além disso, conforme demonstrado, o "conflito" entre *moderno* ou *tradicional* para *globalização* dos *FC Barcelona* e do *RCD Espanyol*, ao longo dos anos em que esses clubes

efetivamente se tornam mais profissionais e mais próximos ao perfil de empresas, perde a força em favor de *híbridos* reunindo modelos em que entrelaçavam-se *modernidade* e a *tradição*, e esses modelos não significavam diretamente "amadorismo" e "corrupção" nos círculos gestores deles. Nessa perspectiva, o caso mais emblemático é o do próprio *FC Barcelona*. Em fins da década de 1970, o presidente Josep Lluís Núñez venceu as eleições (e permaneceu no clube por 20 anos) a partir de um discurso que contrapunha a necessidade de *modernidade* em contraposição a *tradição catalã contestativa* instituída historicamente no clube: isso poderia ser sintetizado pelo seu próprio mote de campanha (em 1978) que afirmava "per un Barça Triomfant" (por um Barça triunfador). Mas essa proposta perde força ao longo dos anos, porque o *catalanismo* continuaria permeando internamente o clube, em seus círculos diretivos (reforçando-se). Ademais, quando o modelo de Núñez se esgota (já em fins da década de 1990), há posteriormente uma inflexão em 2003, na diretiva Joan Laporta, que foi mesmo tempo pronunciada na direção do *catalanismo*, mas também no sentido de um *modelo* mais *corporativo* e *empresarial*. Ou seja, o *FC Barcelona* ascende efetivamente à condição de um dos clubes mais vencedores e mais ricos do mundo fortalecendo suas *tradições*, e mantendo-se como organização associativa. Por outro lado, o *Espanyol* (e outros clubes da configuração do futebol da Espanha) que se transforma em uma empresa formalmente (*SAD – Sociedad Anónima Deportiva*), passaria por sérias dificuldades financeiras, poucas glórias e um mau *encaixe* com a *globalização*. Nessa trajetória o clube acaba então acomodando a *tradição* histórica de "mecenato" (ou seja, a sustentação do clube a partir de algumas famílias destacadas de Barcelona) com as demandas da *globalização*, quando ascende a figura de Daniel Llibre. Portanto, a leitura de Ronaldo Helal não se aplicaria para o caso do Estado espanhol, revelando-se aí a questão mais complexa e com outras nuances. Já para o caso da leitura de Proni, esta afirmava que houve uma *modernização conservadora* na *globalização* do campo esportivo no Brasil, e que foi efetivamente a estrutura econômica que impediu um melhor *encaixe* do país na metamorfose do desporto. Se transpusermos para o caso da Espanha (e mesmo para o futebol europeu e mundial), nos parece possível encontrar algumas convergências entre a estrutura econômica e os desequilíbrios no campo esportivo durante a *globalização*, mas uma tarefa que demandaria um maior cuidado e atenção para dadas especificidades (como os *nacionalismos periféricos*, presentes historicamente no Estado espanhol).

No que diz respeito ao reforço do *catalanismo* nos clubes (de formas diferentes em cada um, e convivendo com as "novas identidades"), este pareceu estar basicamente ligado ao seu reforço na própria sociedade catalã no período, paralelo ao *encaixe* da região no processo de *globalização*. Nessa trajetória, o pós-franquismo na Catalunha vivenciou não apenas a possibilidade das expressões públicas de catalanidade, que tinha já raízes fortes, históricas e todo um complexo universo simbólico

- embora também conformasse correntes diferentes. O pós-franquismo também acompanhou o fortalecimento do *catalanismo* através de várias instituições que passaram a incorporá-lo oficialmente (como a escola, o governo, os centros de cultura, as TVs e jornais, os partidos políticos, etc.) públicas e privadas. E esse fortalecimento não acontecia resistindo, ou impedindo a integração da região, e do Estado espanhol, com os movimentos da *globalização*, pelo contrário. Nesse sentido vale a pena até fazer menção as simbólicas 12 torres humanas (*els castels*), uma tradição catalã (mais do pós-franquismo) realizadas na cerimônia de abertura das Olimpíadas de Barcelona de 1992, e que representavam os 12 países da então *Comunidade Europeia* (que haviam assinado o Tratado de Maastricht, ainda nos inícios de 1992) se revelando ao mundo, e que sintetizam esses *reencaixes*. O reforço do *catalanismo* acontecia, assim, paralelamente a abertura do Estado espanhol e própria entrada da Espanha na *União Europeia* (em suas diversas fases), acompanhando uma inflexão no crescimento econômico da região catalã, com uma população que melhorava sua qualidade de vida, melhorava sua formação profissional (mas também *competia* mais no campo do *trabalho*), vivia por mais tempo, isso tudo paralelo à ascensão da Catalunha (e de Barcelona) como uma espécie de capital cosmopolita do sul da Europa. Houve nesse período também, um aumento muito forte de imigração para a região (sobretudo após 2000), e a própria transformação de Barcelona como uma das principais cidades turísticas mundiais, plenamente em sintonia com os movimentos de integração globais: como a mobilidade, os fluxos de capitais e as transformações tecnológicas. Entre meados de 1990 e 2008 a Espanha (e a Catalunha) passariam por uma nova onda de crescimento econômico, já com o *euro* adotado como moeda (desde 1999). Por essa época houve também o início de um recrudescimento do *catalanismo* em direção ao independentismo em boa parcela da população. Um dos propulsores para essa inflexão foi toda a expectativa sobre a mudança de Estatuto da *Comunidade Autônoma* (e a busca de um melhor *encaixe* com a Espanha), que acabaria "recortado" pelo *Tribunal Espanhol* em 2010. Outra motivação importante (que embora não explique totalmente a questão) se daria paralelamente, a partir de 2008: a *crise* econômica mundial que atingiria em cheio a Catalunha e a própria Espanha.

O reforço do *catalanismo* nos clubes não significou, tampouco, obstáculos, ou dissintonia/*desencaixe* com a *globalização* (ou mesmo um enfrentamento com a *pluralidade*), como algumas análises históricas e sociológicas vez ou outra sugerem, quando tratam de *tradição* na *globalização*. Foi justamente com a abertura ao *catalanismo* (cada clube à sua maneira, em seus diferentes âmbitos) que o *Espanyol* conseguiu consolidar-se (ou sobreviver) como um clube viável na *globalização*, e o *FC Barcelona* consolidaria suas bases (forte suporte social local) para um

posterior salto efetivo à condição de um protagonista mundial, já em uma proposta criativa de *encaixe* entre o local e o global: *Més que un Club al Món* (*Mais do que um Clube, no Mundo*).

É importante retomar, finalmente, a proposta colocada para análise das transformações identitárias torcedoras na *globalização*. Para construí-la (conforme exposto na *Seção 4.3*), nos concentramos em diferentes autores considerados referenciais no assunto, até chegar em um modelo flexível que teria dois pólos ideais identitários simples (elaborados de acordo com algumas características fundamentais), os quais nomeamos *lealdade tradicional* e *lealdade moderna*, mas que não seriam pólos simplesmente dicotômicos: a ideia foi adaptá-los às experiências específicas que encontramos nos clubes em uma escala gradual de possibilidades (entre os dois pólos) que só poderiam ser efetivamente realizados em um exercício reunindo a teoria e a experiência histórica e social . Findo trabalho conclui-se que essa é uma área que nos parece muito profícua para avanços. O próprio caso do *FC Barcelona*, um clube com dimensões globais de torcedores, e que em cada "canto do planeta" deve revelar *pertencimentos glocais* muito específicos e complexos. Nessa perspectiva, vale citar um artigo de Silva (2018), que vê possibilidades da identidade *barcelonista*, na *globalização* convergir na direção de um *pós-colonianismo*, associando o seu núcleo catalão (combativo historicamente as pretensões da *troika* e do *espanholismo conservador*), aos núcleos mundiais de *barcelonistas* espalhados pelo mundo (como na Ásia ou na América do Sul), numa ordem *pós-moderna* que seria cada vez mais *descentrada* a um modelo *civilizador* eurocentrista.

***

No *FC Barcelona* o *catalanismo* teria já no *tardo-franquismo* uma inflexão muito forte: a consagração do mote "Més que un Club" (1968), as comemorações de aniversário de 75 anos (1974) destacando-se o retorno da antiga grafia do escudo e o surgimento de um efetivo hino (adquirindo um simbolismo de "2º hino da Catalunha"); depois a "explosão de *senyeras*" em um *el clássico* ainda em 1975 e internacionalmente, mais uma vez, na invasão de torcedores à Basileia em 1979. Estes são alguns episódios claros de que naquele momento a identidade catalã se fortalecia nos diferentes âmbitos que compunham o clube (do diretivo ao torcedor). E, ao mesmo tempo, o clube incorporava paulatinamente outras *identidades* na sua conformação social que eram já reflexos do entrelaçamento e integração com a *globalização* (e nessa trajetória destaca-se o início da expansão do seu público para uma dimensão global).

Entre as novas identidades que começa a habitar o universo *barcelonista*, destaca-se o *ethos-trabalho*, que ascenderia com mais proeminência a partir de 1978, em uma proposta que inicialmente buscava secundarizar (no âmbito diretivo) o *catalanismo*. Isto se deu a partir da diretiva de Josep Lluís Núñez, Núñez, que era eleito por essa época, e propunha um "Barça triomfant", onde "a política

[referia-se ao *catalanismo*] deveria ser menor" em favor do "profissionalismo", como se houvesse um conflito entre as duas *identidades*. Entretanto, o *catalanismo* permaneceria incrustado ao âmbito diretivo, pois esses círculos permaneciam conectados à *catalanidade*, e nele continuavam transitando inúmeras figuras que de alguma forma promoviam a *identidade catalã,* nesse *lugar*. A própria camisa do clube consagra-se como um artefato "puro", que conotava respeito às "tradições" que representava (como a catalã), já que era preservada sem patrocínio comercial, privilégio exposto frequentemente como uma conquista financeira da gestão Núñez, tal como o próprio crescimento patrimonial do clube. Já no *âmbito torcedor*, na década de 1980, permaneceu o fortalecimento da cultura catalã sem maiores obstáculos e que acontecia entre as diferentes segmentações locais (*penyes*, *sócios* e os *ascendentes ultras*), refletindo o contexto *catalão* mais amplo. Por outro lado, houve aí diferentes particularidades. Uma delas é que a torcida do *FC Barcelona* já não era (há algum tempo) restrita à Catalunha, estava presente em outras partes da Espanha. Neste caso (fora da Catalunha), o *catalanismo* não teve um grande reforço, ainda que fosse conhecido e respeitado. Na década de 1980, a torcida do clube fora do Estado espanhol parecia ainda restrita, mas já começava a crescer (a grande inflexão parece ter ocorrido a partir da década de 1990). De todo modo, aí também não parece ter sido um lugar também em que o *catalanismo* se reforçou. Dentro e fora da Catalunha as possibilidades de *consumo* do clube ainda eram restritas, de modo que as *identidades consumo* (e a *lealdade moderna*) ainda pareciam irrelevantes. Paulatinamente, no âmbito torcedor local, outras *identidades* (reflexo já das trocas globais), começariam já a se fazer presentes, associadas ou não com o *catalanismo*: aí, por exemplo, se encontra toda a complexidade das torcidas *ultras barcelonistas* (entre as quais, começam a aparecer as primeiras *esteladas* no estádio, ainda uma expressão minoritária no próprio campo político catalão) que refletiam desde subculturas urbanas associadas, movimentos culturais europeus e mundiais, até ativismos superficiais extremistas (ligados já a pretensões midiáticas, pela radicalidade), da esquerda à direita, que refletiam também formas de *atomização*, *descentramento*, *consumismo, tradição, fundamentalismo*, e mesmo *desencaixes* com o *ethos-trabalho* (o desemprego se tornou protagonista dentro do Estado espanhol na maior parte do tempo, desde a década de 1980, e entre muitos desempregados, ou em plena competição, figuravam principalmente os jovens). Já nos finais da década de 1980, no âmbito dos jogadores, o próprio sistema de jogo da equipe, em termos simbólicos, *hibridiza-se* de uma maneira singular, refletindo também o reforço do *catalanismo* associado à *globalização* do clube: reunindo elementos cosmopolitas (a filosofia holandesa sobre o futebol, de Cruyff), uma ética de jogo associada à catalanidade (jogo bonito, ofensivo e coletivo), a valorização de jogadores locais e de *La masia*, considerado um centro de formação valorativa e de raízes catalanistas. Em 1992, o clube (já com

vários jogadores estrangeiros) pela primeira vez conquista a "perseguida" Copa dos Campeões da Europa, o que para muitos catalães simbolizava (um pouco) um "fincar" da bandeira catalã no continente europeu. Uma equipe que ficaria conhecida na Catalunha, na Espanha e na própria Europa, como "*dream team*", sobretudo pela estética (percebida do) "futebol bonito" que apresentava.

Ao longo da década de 1990, o *catalanismo* continuaria habitando os círculos diretivos, e ainda de maneira não explícita. É nessa época que o clube criaria uma *Fundação Social*, e não se converteria em um modelo de sociedade anônima (lei impositiva para a maioria dos clubes na Espanha), muito porque os círculos diretivos pretendiam manter o clube mais próximo dos princípios e valores *tradicionais barcelonistas* (que entre eles ocupa um espaço protagonista o *catalanismo*, mesmo que nem todos os *barcelonistas* se identificassem com o ele). O clube permanece assim em propriedade dos seus sócios (cuja grande maioria sempre foi catalã) em um regime democrático, outro traço cada vez mais diferenciativo (tal como a camisa "limpa") do clube no futebol *globalizado*. Aí também reside o reforço do *catalanismo*. Por outro lado, as identidades *ethos-trabalho* eram incorporadas com mais força nos círculos diretivos, aparentemente mais por indução, pois o clube ao longo da década de 1990 passa a ter relações crescentemente mais estreitas com conglomerados transnacionais e midiáticos, movimentando somas financeira até então inéditas. No *âmbito torcedor* esse é o momento em que o clube ascende como fenômeno de mídia mundial, e crescentemente tem associações (licenciamento e merchandising) destacadas, promovendo identidades *consumo* e a *lealdade moderna* entre torcedores dentro e fora da Catalunha (dentro e fora do Estado espanhol). Essas *identidades consumo* parecem ser absorvidas de formas diferentes dentro das particularidades torcedoras, sendo mais incorporadas como secundárias, para dentro da *lealdade tradicional* em torcedores da Catalunha e dentro da Espanha (entre *sócios*, *penyes* ou torcedores comuns). Isso não faz com que o *catalanismo* se enfraqueça na massa social do clube dentro da Catalunha, mas promove a expansão de um público global de barcelonistas que não está dentro do caldo cultural que reúne *barcelonismo* e *catalanismo*, Entre os torcedores *ultras*, outra inflexão acontece, com a ascensão de formas pela *não violência*, por uma maior promoção da estética no estádio (é quando surgem os "grandes mosaicos"), mas também para um aprofundamento de formas *fundamentalistas* (que promoveriam episódios de violência, xenofobia e racismo). Aí também se faziam presente as várias correntes do *catalanismo*, da esquerda à direita. No plano dos jogadores, esse é um momento em que as possibilidades abertas pela *Lei Bosman* (e o capital financeiro pujante que o clube acumulava), permitiriam o *FC Barcelona* contratações de atletas de referência mundial. Foi também a partir daí que a agremiação se torna muito *híbrida* em termos de atletas, tendo um equilíbrio quantitativo de jogadores nascidos no Estado espanhol e fora dele, crescentemente a favor dos estrangeiros, mas

também uma época em que os jogadores formados em casa (*La Masia*), passam cada vez mais a ser valorizados.

Na década de 2000, o *FC Barcelona* acompanharia uma nova inflexão na sua diretiva. A partir da gestão Laporta (2003), os círculos gestores do clube incorporavam de forma mais aguda a cultura do *ethos-trabalho*, havia uma metamorfose forte também na composição social neste âmbito no clube, tornando-se uma sofisticada corporação transnacional ao mesmo tempo que o *catalanismo* (que começa, em linhas gerais, a guinar em direção ao *independentismo)* nos círculos gestores também se aprofundava. É nesse momento que a identidade *corporativa* da agremiação também é remodelada, e o clube passa a promover-se com um ícone do compromisso social numa associação com a *UNICEF*, estampando (pela primeira vez) a marca da entidade na camisa do clube. Dessa forma, propõe-se para a comunidade mundial barcelonista a identidade *Més que un Club al Món*, que em síntese promovia um encaixe do *catalanismo* e da comunidade barcelonista local do clube, com a comunidade barcelonista mundial, através de um compromisso social no âmbito global, sendo a preocupação com a infância, um dos principais ícones dessa significação.

Em termos estruturais, o clube dá um salto econômico considerável, da 13ª posição para os primeiros lugares dos relatórios de análises financeiras. Em termos esportivos, o clube consolida também sua posição protagonista e vencedora no plano mundial, tal como um ícone do "esporte espetáculo". A tendência de jogadores estrangeiro permanece crescente, mas também com a gestão Laporta há uma nova inflexão no uso de jogadores formados pelo próprio clube (em *La masia)*, dentro de todo um padrão de valores e filosofia de jogo, associados ao *catalanismo* e aos valores mais nobres. No *âmbito torcedor*, o *FC Barcelona* adquire uma notoriedade mundial consolidada, promovendo *identidades consumo* em várias partes do planeta, dentro do Estado espanhol e na própria Barcelona (os torcedores "turistas", ou mesmo os que moravam na própria cidade). É difícil, entretanto, traçar um perfil identitário do "torcedor mundial" do *FC Barcelona*. Pode-se hipotetizar que, de fato, ele incorporou plenamente a proposta do clube (de compromisso social, de jogo bonito, democrático e espetacular: o "més que un club al món") ou mesmo que tenha aproximado suas *identidades* mais da *lealdade moderna* e das *identidades consumo* (por causa dos ídolos, notoriedade midiática e conquistas do clube). Mas, para respostas mais concretas, demandar-se-ia mais e ampliadas pesquisas, sobre o "torcedor-global" do *FC Barcelona*. Isto abre um grande e profícuo leque para trabalhos que podem ser feitos, para várias partes do mundo em que o *barcelonismo* se manifeste.

Na Catalunha, o *catalanismo* entre os torcedores do clube (em seus vários subtipos) também se torna mais proeminente, e as *esteladas* (bandeiras independentistas) começam a disseminar-se no *Camp Nou* entre torcedores comuns, tal como as mensagens políticas em prol da independência,

refletindo diretamente o que se passava na sociedade catalã. O *catalanismo*, dessa forma, no torcedor catalão *barcelonista* permaneceria (e se fortaleceria), apesar de conviver cada vez mais com as outras *identidades* que também passavam a atravessar o corpo social no âmbito torcedor em diversas formas associativas locais. Por outro lado, reclamações sobre o posicionamento mais claramente catalanista do clube provocaram algumas reclamações de torcedores do clube, que eram de dentro da Espanha mas de fora da Catalunha. Finalmente, os torcedores *ultras,* considerados mais violentos do clube, começam a ser efetivamente combatidos no campo de jogo (mas ainda subsistiriam pela cidade e em jogos do clube, fora de Barcelona), e o ambiente das partidas (e as próprias performances torcedoras) se torna mais controlado do que nas décadas anteriores.

No caso do Barcelona, portanto, o *catalanismo* se reforça não porque estabelece-se em confronto aberto com as outras *identidades* que refletiam a *globalização*. Mas porque o *catalanismo* (que se reforçava socialmente) permanece e se reconstrói em meio a *reencaixes* e entrelaçamentos do clube, seja no *âmbito diretivo* ou no *âmbito torcedor*, com as "novas identidades" promovidas pela *globalização*.

Já no plano estrutural, o *FC Barcelona* se torna um clube protagonista e vencedor no plano mundial por diferentes fatores. Um deles é a força econômica do clube e seu patrimônio em Barcelona, que já eram fortes anteriores à década de 1980. Outro é a força simbólica que o clube adquiriu ao longo ao século XX, sendo percebido quase como uma "seleção não oficial" da Catalunha, um ícone dentro do universo simbólico do *catalanismo* (mas também do antifranquismo e do próprio desporto), arregimentando uma base torcedora forte localmente e no Estado espanhol (regiões que crescem economicamente com a globalização, mesmo com altas taxas de desemprego), que seriam essenciais para sustentar e promover o clube a condição de uma marca protagonista mundial (para associação com conglomerados mídiáticos e empresariais, alçando-se a um público globalizado), na década de 1990 e com mais força ainda nos inícios do século XXI. A restrição e a forma de vendas dos direitos televisivos não coletivas na Espanha (tal como a possibilidade de aquisição de jogadores estrangeiros em mercados mais vulneráveis, como o sul-americano ou o africano, por exemplo) também contribuíram bastante para o protagonismo do *FC Barcelona* (tal como o do *Real Madri*), mas não foram apenas esses fatores, já que outros clubes *transnacionais* também gozavam dessas condições, dentro já de um universo global de muita competição entre eles. Finalmente, é preciso destacar as gestões de Núñez (que fortaleceu o patrimônio do clube e seu protagonismo econômico na década de 1980/1990), e sobretudo a gestão Laporta, (que foi decisiva no salto e na consolidação do clube entre os protagonistas mundiais, no século XXI), poderiam, neste caso, serem vistas como diferenciais para ascensão do clube, e aí sim se destaca o papel da "modernização": os elementos da

competência, *profissionalismo* e aqueles que atendem pelas identidades *ethos-trabalho*. Mas é preciso atentar que isso explica em parte a ascensão do Barcelona, de forma alguma no todo.

***

No caso do *RCD Espanyol*, haverá também uma inflexão do clube em direção ao *catalanismo*, que aconteceu (também) desde o tardo-franquismo. Mas essa "virada" é diferente do que aconteceu no *FC Barcelona*. O *RCD Espanyol* (Español, naquele momento), era um clube historicamente demarcado como um círculo fechado nos seus níveis gestores, conduzido tradicionalmente por algumas famílias abastadas da Catalunha, em acordos de poder e espécies de "mecenas protetores" da agremiação, que historicamente teve uma trajetória demarcada pela vulnerabilidade econômica. Ainda, era um clube que tinha se *atomizado* do *catalanismo* ao longo da sua história, com uma massa social muito mais restrita na Catalunha (em comparação ao *FC Barcelona*), embora ela fosse constituída essencialmente por habitantes locais. O clube procuraria (desde 1970) abrir-se mais à sociedade local, entretanto (ao mesmo tempo) sem querer monumentalizar de forma mais aguda essa associação, narrando-se como um clube "espanhol e catalão", mas essencialmente "esportivo" (e "apolítico", ao contrário do que seria o *FC Barcelona*). Na década de 1980, um novo acordo nos círculos diretivos do clube promoveria a gestão Antonio Baró Armengol, que teria como um dos principais objetivos consolidar e expandir uma base torcedora local, para sustentar a equipe como modelo mais permanente de um "negócio, e cuja estratégia promoveria uma busca mais estreita da agremiação com o universo simbólico da *catalanidade*. No plano diretivo, ascendiam especializações profissionais e preocupações com a gestão da imagem do clube, que refletiam formas iniciais de *identidades ethos-trabalho*, e nesta direção também proposta iniciais de *identidades consumo* (mas secundárias à identificação torcedora principal) ao público torcedor de Barcelona, que estariam entrelaçadas a uma imagem mais proeminente de *catalanismo* local. No *âmbito torcedor* a torcida em geral do clube permanece como espécie de um enclave na Catalunha em suas diferentes segmentações (aficionados em geral, *penyes*, *sócios*) demarcados muito pela *lealdade tradicional*. *Senyeras* passariam a ser vistas cada vez mais entre os torcedores do *Espanyol*, e também bandeiras da Espanha. É também por essa época que ascende a cultura *ultra* no interior da torcida do *Espanyol*, que remetia a semelhante complexidade identitária que ocorria no *FC Barcelona* (trocas mundiais da cultura torcedora, subculturas urbanas, ativismo político superficial e *hibridação* com as "novas identidades"). No caso do *Espanyol*, se tornariam notabilizados as *Brigadas Blanquiazules* (núcleo minoritário na torcida, que não foi único grupo *ultra* de destaque), uma conformação que se notabilizava sobretudo pelo espanholismo de ultra-direita, o racismo e a xenofobia (*identidades fundamentalistas*). Por essa época, mais jogadores estrangeiros

também começam a fazer parte dos quadros do *Espanyol*, como o arqueiro camaronês Thomas N´Kono, ou os russos Korneiev, Galiamin e Moj (reflexos já da *perestroika* e da derrocada do socialismo soviético), mas eram atletas de "segunda linha" do futebol mundial. Por essa época, parece ter se intensificado a perda de atletas referenciais para o clubes espanhóis que melhor se *encaixavam* e se estabeleciam ao início dos primeiros aportes midiáticos e empresariais irruptivos no futebol espetáculo: O *FC Barcelona*, por exemplo, contrataria Valverde e Soler, e o Sevilha levaria Zúñiga, ídolos da campanha monumentalizada na memória espanyolista, a Copa da UEFA de 1987-1988, que culminaria na "tragédia de Leverkussen".

Em fins da década de 1980, em um momento de forte crise, ascende uma diretiva profundamente em sintonia com a *cultura corporativa* (o que nomeamos como *ethos-trabalho*) no *Espanyol*, chamados de *Los Simeones*, que tinha à frente o jovem advogado Juli Pardo. Propunham uma abertura mais democrática da entidade (eles, inclusive, venceram a primeira disputa democrática com participação dos sócios, da história do clube e contra candidatos tradicionais), e se apoiariam politicamente muito no corpo social externo da comunidade espanyolista, em contraposição aos tradicionais acordos entre as famílias do círculo diretivo, no clube. Também é por essa época que a instituição se tornará obrigada a converter-se (lei espanhola) em uma *Sociedade Anònima*. Entretanto, esse é um momento em que a crise do clube se intensifica e atinge proporções dramáticas. O clube cai duas vezes (quase que seguidas) para a segunda divisão da *Liga*, acumula dívidas altas, não encontra patrocinadores (o nome do clube era associado ao espanholismo e até ao *franquismo*, o que atrapalharia) distancia-se mais (economicamente) de outras equipes do futebol espanhol e europeu, vende seu antigo estádio (para pagar dívidas), se vê em uma crise de identidade aguda, convivendo (durante certo tempo) com chances reais de desaparecimento e falência. O *Espanyol* vivia efeitos de um mau *reencaixe* com os movimentos da *globalização* entre os quais se destacava a sua própria crise de identidade. Esta era uma época em que a Catalunha ascendia como lugar de referência no plano europeu e mundial, e que ao mesmo tempo o *catalanismo* se fortalecia. Mas quem se *encaixava* bem a esses movimentos era o rival local, o *FC Barcelona*. Assim, os anos 1990 para o clube, foram um momento de superação extrema e repensar sobre o seu próprio significado. No plano diretivo, acabou por efetivar-se um *híbrido* entre o antigo modelo gestor de reunião das tradicionais famílias, e as novas formas *corporativas* (como o próprio modelo *SAD* que o clube incorporava, e a complexificação do seu organograma interno). Mais uma vez, nesse momento, o *âmbito diretivo* promove uma nova inflexão em direção ao *catalanismo* justamente para melhor *encaixar-se* às novas demandas do futebol globalizado, refletindo-se tal movimento (por exemplo) na alteração o nome da agremiação (de *Español* para *Espanyol*, e incorporando a alusão "de Barcelona"). No âmbito torcedor,

essa época a torcida do clube permanecerá local, mas há um certo crescimento de *penyes*, dentro da massa social. O *catalanismo* parece se fortalecer na torcida do *Espanyol*, em convivência sempre em algum grau com o *espanholismo* (como ocorria na sociedade catalã nesse momento, as chamadas *identidades duplas*). Com a "sobrevivência" do clube (em meio a tantas dificuldades, como a mudança de estádio), o mote de pertencimento incondicional e "heroísmo pela resistência" parece ter se reforçado entre seus aficionados. Aí estão os primórdios do que, já nos inícios do século XXI, nos pareceu como um "*catalanismo confidente*", que se consagra na comunidade do clube. O *Espanyol* nesse momento, também, se consolida cada vez mais como um clube reproduz sua massa social, na sua grande maioria, através de laços parentais locais e por simbologias de "tradição e honra" familiar que seriam uma espécie bem clara de um oposto à *lealdade moderna*. No âmbito *ultra,* ascendem as "torcidas antiviolência", com mais preocupação com a performance e que declaravam-se "de menos política" (sem incorporar narrativas sobre catalanidade, e este seria o caso, por exemplo, da refundada *Juvenil 1991*). Nessa perspectiva, fariam um acordo momentâneo entre todas as torcidas para o retorno a primeira divisão da *Liga*, que ganharia o nome de grada *Irreductibles*, ajudando a fortalecer (e começar a diferenciar) a comunidade espanyolista como profundamente orientada pela *lealdade tradicional*. No plano dos jogadores, apesar da inflexão maior de atletas estrangeiros com a *Lei Bosman*, o clube manterá (como maioria) jogadores nascidos no Estado espanhol.

O século XXI para o *Espanyol* vai demarcar uma grande inflexão no *âmbito diretivo* do clube. Daniel Sanchez Llibre, aquele que ascende como uma espécie de *mecenas moderno* na agremiação, vai se consolidar como uma grande liderança, enfrentando inclusive o membro de uma das mais poderosas famílias, historicamente no clube: Jose Manuel Lara Bosch. Llibre (cujo irmão fazia parte da *Unió Democràtica de Catalunya*, partido nacionalista catalão) promove uma grande inflexão no clube em termos de *cultura corporativa* nos círculos gestores (e das *identidades ethos-trabalho*), criando uma *fundação social* e destacando-se uma remodelagem significativa da imagem do clube, em outra inflexão associativa (mas não explícita) com o *catalanismo*. Uma imagem cada vez mais evocada como um símbolo de "orgulho", da "força de um sentimento" que não "vendia" seus valores, e mais tardiamente de uma "maravilhosa minoria" (depois de 2010). Esses motes pareciam ter uma associação dissimulada com a ideia de uma "Catalunha secreta" (ideia que percebi disseminada em Barcelona, por muito locais), uma "Catalunha pura", que "rebeldemente" se preservara longe de alguns dos malefícios da *globalização*, como narra um dos principais memorialistas do clube, Héctor Oliva. Pareceu-nos uma espécie de "*catalanismo confidente*", ambíguo, já que nos círculos do clube permanecia a ideia de "apoliticismo" e clube onde "todas as bandeiras tinham lugar": da *estelada* catalã à espanhola.

Por essa época o clube também começa a desenvolver melhores associações comerciais com algumas empresas não locais, constrói um centro de treinamentos e em 2009, volta a ter um estádio próprio, vencendo por duas vezes (após 60 anos) a Copa do Rei (em 2000 e 2006), o que contribuiu um pouco para o aumento dos sócios (e *penyes*) do clube, chegando à marca inédita de 30 mil associados. Em termos de atletas, a equipe segue contratando alguns jogadores estrangeiros (não estrelas), mas a maioria permanece sendo da Espanha e Catalunha. Nessa época, o clube também adota a política de formação de jogadores, que os envolveria dentro do discurso de "força de um sentimento", e "pureza" face à mera mercantilização internacional de compra e venda de atletas. Apesar disso, o *RCD Espanyol* seguiria perdendo atletas que se destacavam no clube, para equipes mais protagonistas do campo esportivo.

No *âmbito torcedor* a massa social do clube se consolidava como um enclave em Barcelona e na Catalunha, demarcado sobretudo pela *lealdade tradicional,* que já incorporava muito fortemente as *identidades consumo* (de forma secundária). Com o recrudescimento da Catalunha em direção ao independentismo, as *esteladas* (além das *senyeras* e bandeiras da Espanha), passam a ser também mais vistas no campo dos *pericos* ("periquitos", como são conhecidos os torcedores do clube) e isso (às vezes) provocaria confusões entre os aficionados. No plano *ultra*, o grupo mais extremista (*racistas* e *xenófobos*), se diluiria ao fim da primeira década do XXI, e passariam a viver mais na clandestinidade e fora dos jogos, com as *gradas* do clube passando sofrer já grande controle nesse momento (como acontecia no futebol espanhol, em geral).

No caso do *RCD Espanyol* o reforço do *catalanismo*, no *âmbito diretivo* (ou como proposta do *âmbito diretivo*), ocorre num movimento que busca um modelo de negócio sustentável para o clube na *globalização*. Assim, a manutenção do clube poderia ser apoiada efetivamente em sua massa social, ponto de partida também para fortalecimento do clube como marca, e fortalecendo a marca atrairia outros parceiros comerciais e *stakeholders*. Assim, *globalização* no *Espanyol* andou lado a lado com o reforço (ou a abertura) ao *catalanismo*, o que não significava uma associação mais explícita ou uma militância clara por ele (como aconteceria no *FC Barcelona*), mas um entrelaçamento que chegaria a sinalizar para o que percebemos como um "*catalanismo confidente"* e "*secreto"*, deixando em aberto o espaço para que outras identidades políticas se manifestassem, também sem prioridade. No *âmbito torcedor*, a abertura permitiria um "convite", para que toda a efervescência e fortalecimento da identidade catalã que ocorria na sociedade local (já com o independentismo), também pudesse se manifestar nos círculos torcedores, ainda que dentro de um "código oficial" de convivência "com outras bandeiras" mas dentro de complexos limites em que prioritariamente se deveria primar pelo "apoliticismo" do clube, de forma geral.

Já no plano estrutural, não se pode argumentar que o *RCD Espanyol* permaneceu local e um clube secundário porque não se "modernizou", ou porque esteve simplesmente desligado da *cultura corporativa* e do *ethos-trabalho*, na globalização. Embora não pareça uma tarefa facilmente objetiva, poder-se-ia até discutir sobre a "competência" entre as diferentes diretivas do *Espanyol*, e a "culpa" de cada uma por uma não melhor ascensão do clube, no plano mundial. Mas, conforme demonstrado, o clube incorporou muito bem várias demandas da *globalização*. Por outro lado, a não ascensão do *Espanyol* a um clube global, precisa ser buscada muito mais na trajetória histórica do clube. Aí se destaca a disputa, e o deslocamento da hegemonia do *FC Barcelona* como ícone da *catalanidade* na região (e a própria estigmatização do *Espanyol*, em sentido contrário), que estava associada em parte com o pouco volume de patrimônio acumulado (e as dificuldades financeiras) ao longo do tempo. Este seria um fator decisivo para a manutenção histórica da condição periférica (simbólica e econômica) do clube "periquito" em Barcelona, e que atrapalharia muito no salto para a *globalização* (e diante das transformações no campo esportivo trazidas por esta), a partir de 1970. A isso se somaria (ou mesmo seria reflexo) os impositivos de transformação em *SAD*, os contratos mais baixos com as TVs, a pouca exposição midiática, a dificuldade na associação com parceiros comerciais globais, que reforçavam a vulnerabilidade financeira da equipe com os movimentos da *globalização*. Apesar disso, o clube (ao seu modo e dentro das suas possibilidades) efetuou uma guinada decisiva e não parece demais considerar que (dessa forma) conquistou um *reencaixe* heroico (ao seu modo) dentro da *globalização* nos inícios do XXI.

***

Obviamente que uma análise dos clubes após 2010 demandaria um maior cuidado a aprofundamento, sobre os temas da catalanidade e das suas estruturas. Mas oferecemos um breve panorama, apenas para fazer uma relação com o fim do recorte da pesquisa e o presente em que este trabalho é finalizado.

Após 2010, até os dias atuais, o *FC Barcelona* teria dois presidentes Sandro Rosell e Josep Maria Bartomeu. Rosell (2010-2014) acabaria demitindo-se após acusações de apropriações indevidas na transação envolvendo o jogador brasileiro Neymar (que acabaria sendo adquirido em 2017, pelo Paris Saint Germain, em uma operação financeira vultosa). Rosell também seria preso em 2017, acusado de lavagem de dinheiro, e foi libertado nos inícios de 2019. Josep Maria Bartomeu (que fazia parte da sua diretiva, e que na verdade havia ascendido ainda na gestão Laporta de 2003) assumiria em seu lugar, e logo depois disputaria eleições (em 2016) as quais venceria (inclusive contra

o próprio Joan Laporta, na ocasião[536]). Bartomeu enfrentaria uma *moció de censura* em 2017 (esta que contaria com a chancela e apoio do mesmo Joan Laporta), mas que acabaria não prosseguindo. Em linha gerais, o clube seguiu intensificando o modelo corporativo (inclusive criando uma espécie de Universidade própria, o *Barça Innovation Hub*), destacando-se a aquisição já de patrocínios comerciais na camisa (*Qatar Foudantion*/*Qatar Airways*, marcas do governo do Catar, e mais recentemente a marca japonesa *Rakuten*), mas haveria uma percepção de declínio no uso de atletas vindos de *La Masia*, sobretudo após o fim do ciclo com o técnico Tito Vilanova (depois de 2012) (HAYWARD; OLIVA, 2017). De todo modo, o *catalanismo* permaneceu presente nos círculos diretivos, embora aparentemente de forma mais tímida que na gestão Laporta, e aconteceram muitas reclamações por isso, sobretudo pelo sensível momento da independência da Catalunha. O próprio Laporta, na entrevista que o autor teve com ele (em 2017), reportaria a gestão de Bartomeu como em falta com as "demandas do *catalanismo*" naquele momento e como o "símbolo do *establishment*". Por outro lado, Josep Maria Bartomeu declararia publicamente o clube, em 2017, como favorável ao referendo que se faria na Catalunha (mas não necessariamente favorável ao independentismo), pelo "direito de decidir" porque a "democracia e a liberdade" e a ligação com a Catalunha seriam valores estruturais do clube (ALDUNATE, 2017). Várias declarações de profissionais do futebol ligados ao clube (como Xavi, Puyol, Piqué e Guardiola, por exemplo) aconteceriam nesse momento, relacionados a toda efervescência e processo de separação da Espanha (com prisões políticas e ainda sem um desfecho claro). Essa efervescência também refletiria entre os torcedores do clube na Catalunha, que passaram a cantar pela independência no minuto 17 e 14 segundos (em referência a memórias da resistência do Cerco de Barcelona, em 1714) nos jogos do clube no *Camp Nou*, acompanhada de uma difusão (crescente), e em massa, de *esteladas* no estádio e outras faixas de teor parecido (como "Catalonia is not Spain", "Freedom", "Free Catalonia", "Welcome to Catalan Republic" ou mais recentemente "Libertat presos politics". Este movimento, por si só mereceria uma análise extensa e detida. No plano mundial, parece lógico constatar que o clube permaneceria com um protagonismo e notoriedade torcedora, que como já se disse, abre um campo muito promissor de pesquisas. Em termos de protagonismo financeiro e desportivo o *FC Barcelona* mantém sua posição entre as primeiras colocações dos relatórios da Deloitte (DELOITTE, 2019) - com uma receita de € 690 milhões na temporada 2017/2018, atrás apenas do *Real Madrid* - destacando-se mais duas conquistas da *UEFA Champions League* (2011 e 2015), e seis conquistas na *Liga*. A segunda década do XXI foi um período demarcado pela expansão da rivalidade com o *Real Madri* (que conquistou

[536]Joan Laporta, após sair do clube criaria um partido próprio, e já em 2011, ajudaria a formar a coalizão partidária pela independência catalã, o Solidaritat Catalana per la Independència.

quatro *UCLs*, sendo três seguidas) no plano mundial, destacando-se a disputa quase que monopolizada entre os clubes e entre Lionel Messi e Cristiano Ronaldo, como ícones midiáticos globais. Nas temporadas de 2018 e 2019 o clube foi desclassificado seguidamente da *UCL* por goleadas inesperadas e históricas em partidas de volta (contra o Roma, de 3 a 0 em 2018; e contra Liverpool, por 4 a 0 em 2019), e que podem prenunciar uma nova inflexão na diretiva e no modelo do clube.

Já no *RCD Espanyol* assumiria Ramon Condal (segundo maior acionista) em 2011, na presidência da Junta Diretiva do clube, sendo Daniel Sanchez Llibre o acionista majoritário. Logo em seguida assumiria Joan Coller (2012-2016). Nesse momento o clube viveria uma nova crise financeira, demarcada pelas dívidas adquiridas para construção do novo estádio (em 2009) potenciadas pelo contexto de crise econômica mundial. A perda de jovens atletas se intensificaria nessa época, dificultando as campanhas esportivas e esgotando efetivamente o modelo implantado por Sanchez Llibre, calcada na formação de atletas próprios. Ano após ano o clube apenas brigou na parte média da tabela (e as vezes até contra o rebaixamento), buscando alternativas e parcerias para o seu financiamento, desenvolvendo uma dívida que chegaria a mais de €130 milhões, ou o equivalente a "dois Sarriás" (OLIVA, 2017). O clube voltaria a conviver com o fantasma da quebra e da falência. Neste momento, os principais acionistas do clube venderiam suas ações a um investidor chinês, Chen Yansheng (ou Mister Chen) que acabaria por adquirir a quase totalidade delas. Yansheng era um empresário presidente do conglomerado *Rastar* (Hong Kong) com negócios em diferentes áreas (como vídeo-games), além de um burocrata de associações comerciais da China. Chen refletiria uma crescente inflexão de investidores chineses na Europa (e no próprio futebol europeu), chegando com um projeto de saneamento de dívidas, e elevação do *Espanyol* a uma condição protagonista na Europa (OLIVA, 2017; SILVA, 2018). Parece precipitado arriscar alguma análise do *catalanismo* nos círculos diretivos do *Espanyol*, a partir desse momento. Entre alguns barcelonistas catalães seria comum a afirmação (desde então) de que o *Espanyol* "agora havia se vendido aos chineses" o que nessa narrativa "reiteraria" a histórica falta de "compromisso" do clube azul e branco com a terra natal. Em meio a essa ideia, o próprio jogador Gérard Piqué (FC Barcelona) afirmaria entre um e outro *dérbi* (*FC Barcelona* x *RCD Espanyol*) que se tratava do "Espanyol de Cornellá" (e que, portanto, não seria mais o "Espanyol de Barcelona"), além de ser um clube "Cada vez está más desarraigado"[537] (PIQUÉ Apud SPORT, 2018). Obviamente, a torcida dos "pericos" respondeu

[537]"Cada vez está mais desenraizado.".

durante os jogos com xingamentos e faixa contra o jogador (e sua família), demonstrando sua discordância.

O que se tem de manifestação pública do Espanyol foi uma declaração de um diretivo, em 2017, procurou reiterar o clube como desligado de política e do processo do referendo, ou seja: de apoiá-lo publicamente como faria o *FC Barcelona* (ESPN, 2017). Mas no âmbito torcedor o clube segue como um "enclave" na Catalunha (até como proposta necessária de negócio do novo proprietário chinês) e também refletiria os movimentos de efervescência política do independentismo. Em termos financeiros, o clube receberia cerca de € 100 milhões em receitas na temporada 2017/2018 (MEMÓRIA INTEGRADA RCD ESPANYOL, 2018)[538]. Em termos esportivos, o clube teve melhores campanhas desde 2016/2017 e na ocasião em que encerrava a escrita desse trabalho o clube voltaria a classificar para a *Copa UEFA*, após 12 anos (quando perdeu a final em Glasgow, contra o Sevilha), com seus torcedores comemorado intensamente, como uma grande conquista.

[538]Cf. https://www.rcdespanyol.com/pdf/2018/memo_rcdespanyol_2018.pdf. Acesso em: 1 fev. 2019.

REFERÊNCIAS

ACOSTA, Willy Soto (Org.). Política global y fútbol: el deporte como preocupación de las ciencias sociales. Heredia: CLACSO, IDESPO, Universidad Nacional, 2018.

ADAN, Terèsa. Ultras: Culturas del Fútbol. Revista de Estudios de Juventud no 64, 2004, págs. 87-100.

AIDAR, Antonio Carlos Kfouri; LEONCINI, Marvio Pereira; (ORGS.), João José de Oliveira. A nova gestão do futebol. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

ALABARCES, Pablo. A pesquisa argentina: um mapa, uma agenda. In RIBEIRO, Luiz. (org.) Futebol e Globalização. Jundiaí, SP: Fontoura, 2007.

___. Peligro de gol: estudios sobre deporte y sociedad en América Latina.Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2000.

___(org.). Futbologías fútbol, identidad y violência en América Latina. Buenos Aires: CLACSO, 2003.

ALBERTI, Verena. O lugar da história oral: o fascínio do vivido e as possibilidades de pesquisa. In: Alberti, Verena. Ouvir Contar: textos em história oral. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

ALMEIDA, Pedro. Futebol, identidade e resistência no século XXI: a política de governação do Athletic de Bilbao VIII Congresso Português de Sociologia, Evora, 2014.

ALVITO, Marcos. "A parte que te cabe neste latifúndio": o futebol brasileiro e a globalização. Anál. Social [online]. 2006, n.179, pp.451-474.

AMARO, J. P. (2007). Sentimento psicológico de comunidade: Uma revisão. Análise Psicológica, XXV(1), 25-33.

ANDERSON, Perry. Balanço do Neoliberalismo. In: SÁDER Emir & GENTILI, Pablo (Orgs.). Pós-neoliberalismo. As Políticas Sociais e o Estado Democrático. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

ARCOS, Alícia N.Tratamiento de la información deportiva en la prensa: la crónica como género prevalente. El caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y F.C. Barcelona. Tesis doctoral Universidad de Málaga, 2011.

BALCELLS, Albert. Història da Catalunya. Barcelona: L'Esfera dels Llibres/Labutxaca, 2006.

BALE, John. The Changing Face of Football: Stadiums and Communities "La hinchada virtual: el futuro paisaje del fútbol", en Lecturas: Revista de Educación Física y Deportes www.efdeportes.com 1997.

BARCO, Angel I. El Poder Politico Y Social En La Historia Del Fútbol Club Barcelona (1899-2015). Tesis doctoral Universidad de La Rioja, 2015.

BARRIO, Astrid; TERUEL RODRíGUEZ, Juan. ¿Por qué se han radicalizado los partidos políticos en Cataluña? El sistema de partidos y el auge del soberanismo (1999-2012). Pôle Sud, Vol. 38, No 2, 2014.

BAUMAN, Zygmunt. Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi. Trad. MEDEIROS, Carlos Alberto. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

___. Modernidade Líquida. Tradução: Plínio. Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BONAUT IRIARTE, JOSEBA. "El eterno problema del fútbol televisado en España: una perspectiva histórica de la lucha por los derechos de retransmisión de la Liga de Fútbol Profesional (LFP)". In: Comunicación y Sociedad, vol. 23, nº 2. 2010, pp. 71-96.

BOURDIEU, Pierre. Entrevistado por Maria Andréa de Loyola. RJ: EDUERJ, 2002.

BRASIL. Mundo Afora: Planejamento e Gestão no Futebol. Brasília: Ministério das Relações Exteriores, 2015.

BROMBERGER, Christian; HAYOT, Alain Hayot; MARIOTTINI, Jean-Marc. *Le Match de football : Ethnologie d'une passion partisane à Marseilles, Naples et Turin*. Paris: éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1995.

BROWN, Adam. Fanatics! Power, identity and fandom in football. London: Routledge, 1998.

BRICK, Carlton. Taking offence: Modern moralities and the perception of the football fan Journal Soccer & Society Volume 1, 2000 - Issue 1: The Future of Football: Challenges for the Twenty-First Centu Pages 158-172.

BRUNORO, J.; AFIF, A. Futebol 100% profissional. São Paulo: Gente, 1997.

BUTLER, Judith. Problemas de Gênero: Feminismo e subversão da identidade. Tradução Renato Aguiar. 3a ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

CANDAU, Joel. Memória e Identidade. Tradução: Maria Letícia Ferreira. São Paulo: Contexto, 2012.

CÁNOVAS, Manolo C.; FANLO, Manel. De l'encís de Sarrià al Somni de Cornellà-El Prat. Barcelona: Fundació Privada RCD Espanyol de Barcelona, 2009.

CARVALHO, Luís Fernando. O recrudescimento do nacionalismo catalão. Estudo de caso sobre o lugar da nação no século XXI. I . – Brasília : FUNAG, 2015.

CASANOVAS, Josep Maria. La Catedral del Barça. Barcelona: Diario Sport, 2007.

CHAGAS, Rodolfo. “Catalunha uma nação sem Estado” Anais do I Congresso Brasileiro de Geografia Política, Geopolítica e Gestão do Território, 2014. Rio de de Janeiro. Porto Alegre: Editora Letra1; Rio de Janeiro: REBRAGEO, 2014, p. 752-760.

CLUA I FAINÉ, Montserrat. “Identidad y política en Cataluña: el auge del independentismo en el nacionalismo catalán actual”. In: Quaderns-e, n. 19 (2), Barcelona, 2014, p. 79-99.

CORDIOLLI, Marcos. Nova Ordem Mundial: uma tentativa de análise global. Cadernos do Fórum Paranaense em Defesa da Escola Pública, Gratuita e Universal, Curitiba, ano 1, n 2. 1996, P. 3-28.

COLOMÉ, Gabriel. Futbol i identital nacional a Catalunya FC Barcelona i RCD Espanyol. L' Avenç: Revista de història i cultura. Ano 1997, Número 211 p 32-51.

D’ADESKY, Jacques. Pluralismo étnico e multiculturalismo: racismos e anti-racismos no Brasil. Rio de Janeiro: Pallas, 2001.

DAMO, A.S. Do Dom à Profissão. Tese (Doutorado em Antropologia) UFRS, 2005.

____. Ah! Eu sou gaúcho! O nacional e o regional no futebol brasileiro. Revista Estudos Históricos, Esporte e Lazer. Rio de Janeiro, n. 23, 1991.

____. Para o que der e vier: o pertencimento clubístico no futebol brasileiro a partir do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense e seus torcedores. 1998. 247 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1998.

____. Paixão partilhada e participativa: o caso do futebol. História: Questões & Debates. n. 57, p. 15-43, 2012.

DELGADO, José Luis García; FUSI, Juan Pablo & RON, José Manuel Sánchez. Historia de España: España y Europa. Barcelona: Crítica-Marcial Pons, 2008. Vol.11.

DÍAZ CAMPOS, José Antonio. “Derechos de retransmisión del fútbol en España”. In: eXtoikos, nº 6. 2012, pp. 99-103.

DUCAMP, José María. L´era Nuñez. La Col·lecció del Centenari. Barcanova, 1998.

DUCH, Jordi Salvador. Futbol, metàfora d’una guerra freda: Un estudi antropològic del Barça. 2004. Tese (Doutorado em Antropologia) - Departament d’Antropologia, Filosofia i Treball social/Universitat Rovira i Virgili, Tarragona, 2004.

ELBERSE, Anita. "Futbol Club Barcelona." Harvard Business School Case 516-031, September 2015.

ELIAS, Norbert. A Sociedade dos Indivíduos. Lisboa: Dom Quixote, 1993.

___. O processo civilizador: formação do estado e civilização. RJ: Jorge Zahar, 1994.

___ & DUNNING, Eric. A Busca da Excitação. Lisboa: Difel, 1992

___& SCOTSON, John L. Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

FANLO, Manel; CÁNOVAS, Manolo C. De l'encís de Sarrià al Somni de Cornellà-El Prat. Barcelona: Fundació Privada del RCD Espanyol, 2009.

FC BARCELONA. FC Barcelona: Memòria de 19 anys (1978-1997). Barcelona, 1998.

FEATHERSTONE, Mike. A globalização da complexidade. Pós-modernismo e cultura do consumo. In: Revista Brasileira de Ciências Sociais, n. 32, 1996.

FERREIRA, Daniel. Visões de um jogo e o jogo das visões. Curitiba: UFPR, 2013.

___. Identidade corporativa: uma nova preocupação para estudiosos do esporte. Ludopédio, 2017. Disponível em: <https://www.ludopedio.com.br/arquibancada/idcorporativa-clubes/>. Acesso em:1 fev. 2019.

___. Regionalismo brasileiro no futebol espetáculo: modernidade no campo da globalização? (1985-2016). In: Recorde - Revista de História do Esporte, v. 11, p. 1, 2018.

___. História do campeonato brasileiro de futebol (1971-1987): para além da narrativa da ?modernização? do futebol brasileiro. In: Revista Hydra, v. 3, p. 77-121, 2018.

FERNANDEZ, Alex Santos. L´entorn Joan Laporta em la lluita pel poder. Barcelona: Cossetània Edicions, 2008.

FERREIRA, M.M.; AMADO, J. (Org). Usos & abusos da história oral. RJ: FGV, 1998.

FIGOLS, Victor . FC Barcelona: Entre o Global e o Regional (1988-1999). Dissertação (Mestrado em História) - UNIFESP, São Paulo, 2016.

___. O estádio como espaço de afirmação do nacionalismo catalão. Projeto História, n. 49, p. 347-379, 2014.

FIDALGO, Sergio. Dani contra Dani: Cronica de lo que pudo haber sido...y fue a medias. Barcelona: 23perico, 2009.

FINESTRES, Jordi; SANTACANA i TORRES, Carles (dir.); *et al*. Barça, 110 anys fent història. Barcelona: Angle Editorial, 2009.

FLORENZANO, José Paulo. "A babel do futebol: atletas interculturais e torcedores ultras". Revista de História. São Paulo, n.163, p.149-174, 2010.

FORT, Carles M. Los éxitos deportivos del FC Barcelona y las competiciones de fútbol en Europa en un contexto de crisis económica. In: SEITZ, Oliver; MILLER, Rori & FORT, Carles. El fútbol como negocio: Una introducción a la gestión deportiva en Europa y Brasil. Lima: Universidad del Pacífico, 2012.

FRANK, Sylbille; STEETS, Silke. Stadium Worlds: Football, Space and the Built. Environment. Abingdon: Routledge, 2010.

GARCÍA-MARTÍ, Carlos; GÓMEZ-LÓPEZ, Maite; DURÁN, Javier. Los planes de saneamiento y la conversión de los clubes de fútbol profesionales en sociedades anónimas deportivas (1982-1992). Materiales para la Historia del Deporte, 14, 2016.

GIDDENS, Anthony. As conseqüências da modernidade; tradução de Raul Fiker. - São. Paulo: Editora UNESP, 1991.

GINESTA PORTET, Xavier. El fútbol y el negocio del entretenimiento global: los clubes como multinacionales del ocio. Comunicación y sociedad. Vol. 24, Nº. 1, 2011.

___. Los medios propios de los clubes de fútbol españoles: de la revista oficial a los canales de TDT. Estudios sobre el mensaje periodístico, Nº 16, 2010.

___. Les TIC i el club global: el cas del FC Barcelona. RUTA: Revista Universitària de Treballs Acadèmics, Nº. 1, 2008

___. Comunicación corporativa y futbol en la era de las TIC: los casos del FC Barcelona, Sevilla FC y RC Recreativo Huelva. Internet como sinónimo de convergencia mediática y tecnológica coord. por Fernando Sabés Turmo, José Juan Verón Lassa, 2008.

GIULIANOTTI, Richard & ROBERTSON, Roland. Globalization & Football. London: Sage publications Ltd., 2009.

____. Sociologia do Futebol – Dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões. São Paulo: Nova Alexandria, 1999.

____. Fanáticos, seguidores, fãs e flaneurs: uma taxonomia de identidades do torcedor no futebol. Recorde: Revista de História do Esporte. Rio de Janeiro, v.5, n.1, 2012.

GOLDBLATT, David. The Ball is Round: A Global History of Football. London: Penguin Books, 2006

GONZALEZ, Enric. Una Cuestión de Fe. Madrid: Libros Delko, 2012.

GOZÁLVEZ PÉREZ, V. (2012): «El proceso de inmigración extranjera en España, 1985- 2010», in A cura di Valleri, M.A.; Pace, R.; Girone, S.: Il Mediterraneo: uno Studio e una passione. Scritti in onore di Luigi Di Comite, Università degli Studi di Bari; Cacucci Editore, p. 137-172.

GURGEL, Anderson. Futebol S/A: A Economia em Campo. São Paulo: Saraiva, 2006.

GUSCHWAN, Matthew. Football Fandom in Italy and Beyond Community through Media and Performance. London: Routledge, 2017.

HAAG, Fernanda. Futebol e o giro neoliberal apontamentos e o caso brasileiro. PODIUM: Sport, Leisure and Tourism Review, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 57-80, jan./jun. 2013.

HABERMAS, Jürgen. O discurso filosófico da modernidade. Lisboa: Dom Quixote, 1990.

HALBWACHS, Maurice (1877-1945). A memória coletiva. São Paulo: Vértice, 1990.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

HAROCHE, Claudine. Maneiras de ser, maneiras de sentir do indivíduo hipermoderno. In: Ágora, v. VII, n. 2, jul/dez 2004, p. 221-234.

HELAL, Ronaldo. Passes e Impasses: Futebol e cultura de massa no Brasil. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

HOBSBAWM, Eric. A Era dos Extremos: o breve século XX. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.

___. Globalização, democracia e terrorismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007

HOLLANDA, Bernardo B.; AGUILAR, Onésimo R. (orgs.). Torcidas organizadas na América Latina. Rio de Janeiro: 7letras, 2017.

____. O clube como vontade e representação: O jornalismo esportivo e a formação das torcidas organizadas de futebol do Rio de Janeiro. RJ: 7Letras:2009.

JAIME, Cleland. Action and Football Fandom: A Relational Sociological Approach. London: Palgrave Mcmillan, 2018.

KENNEDY, David; KENNEDY, Peter. Football supporters and the commercialisation of football: comparative responses across Europe. Abington: Routledge, 2013.

____. Football in Neo-Liberal Times: A Marxist Perspective on the European Football Industry. Abingdon: Routledge, 2016.

KORYBKO, Andrew. Guerras híbridas: das revoluções coloridas aos golpes. São Paulo: Expressão Popular, 2018.

LE GOFF, Jacques. História e Memória. 4.ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1996.

LEVITT, Theodore. "The Globalization of Markets," In: Harvard Business Review, 61 (3), 92-102, 1983.

LIÉBANA, José M. G. La gran burbuja del fútbol. Barcelona: Conecta, 2016.

LIPOVETSKY, G.; CHARLES, S. Os Tempos Hipermodernos. SP: Barcarolla, 2004

LLOPIS-GOIG, Ramón. Clubes y selecciones nacionales de fútbol: la dimensión etnoterritorial del fútbol español. In: Revista internacional de sociología, Nº. 45, 2006.

___. (org.). Fútbol postnacional. Transformaciones sociales y culturales del 'deporte global' en Europa y América Latina. Barcelona: Anthropos, 2009.

___. From ‘socios’ to ‘hyperconsumers’: an empirical examination of the impact of commodification on Spanish football fans. Journal Soccer & Society, 13, p. 392-408, 2012.

___. Spanish Football and Social Change. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2015.

MAGALHÃES, Eduardo Rocha Benevides. Globalização e o impacto no tráfego aéreo brasileiro. Monografia de conclusão de curso. Palhoça: Unisul, 2018.

MÁSIA, Vicent. Sociedades Anònimas Deportivas: Luces y Sombras. 2010. Disponível em: http://lafutbolteca.com/sociedades-anonimas-deportivas-luces-y-sombras/. Acesso em 1 mai. 2019.

MASLOW, Abraham H. Motivation and personality. 2. ed. New York, Harper & Row, 1970.

MATHEWS, Gordon. Cultura global e identidade individual. Bauru: EDUSC, 2002.

MCLUHAN, Marshall; FIORI, Quentin. War and Peace in the Global Village. New York: Bantam Books,1968.

MEDERO, Gema Sánchez. El Sistema de partidos en Cataluña (1980-2010). Tribunal Supremo de Elecciones, N. º 12. Costa Rica: 2011.

MELO, Victor Andrade (org). História Comparada do Esporte. RJ: Shape, 2007.

MILLER, Rori. La globalización y comercialización del fútbol europeo: causas, consecuencias y preocupaciones. In: SEITZ, Oliver; MILLER, Rori & FORT, Carles. El fútbol como negocio: Una introducción a la gestión deportiva en Europa y Brasil. Lima: Universidad del Pacífico, 2012.

MONTALBÁN, M. V. Fútbol: una religión en busca de un Dios. Barcelona: Editora Debate, 2006.

MONSALVE Z., Marín. Una introducción al estudio del fútbol como negocio global y local. In: SEITZ, Oliver; MILLER, Rori & FORT, Carles. El fútbol como negocio: Una introducción a la gestión deportiva en Europa y Brasil. Lima: Universidad del Pacífico, 2012.

NETO, F.M. Administração e marketing de clubes esportivos. Rio de Janeiro: Sprint, 1998.

NUMERATO, D. Who Says “No to Modern Football?” Italian Supporters, Reflexivity, and NeoLiberalism. Journal of Sport and Social Issues Vol. 39(2) 120–138. 2014.

OLIVA, Hector. RCD Espanyol: Historia de un Sentimiento. Barcelona: Editorial Base, 2017.

ONIEVA, Antoní Bassa; SANTACANA i TORRES, Carles (dir.). *et.al*. Barça, 110 anys fent história. Barcelona: Angle Editorial, 2009.

OPPEMHUISEN, J & VAN ZOONEN, L. Supporters or Customers? Fandom, Marketing and the Political Economy of Dutch Football Journal Soccer & Society Volume 7, 2006 - Pages 62-75.

PALOMARES, Juan. Cien años de historia del RCD Espanyol de Barcelona de Juan Segura Palomares. Barcelona: Fundació Privada RCD Espanyol de Barcelona, 2001.

PERARNAU, Martí. Senda de Campeones. Barcelona: Salsa Books, 2011.

PIKETTY, T. O capital no século XXI. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.

POLLAK, M. Memória, esquecimento, silêncio. Estudos Históricos, RJ, vol.2, n.3, 1989.

PRONI, Marcelo. W. A metamorfose do Futebol. Campinas: Instituto de Economia da Unicamp/Fapesp, 2000.

___. Esporte espetáculo e futebol-empresa. 1998. 262f. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação Fisica, Campinas, SP.

REDHEAD, Steve. The Passion and the Fashion: Football Fandom in the New Europe. Aldershot: Avebury, 1993.

REIS; TELLES; DACOSTA. Estádios da Copa de 2014: perspectivas de um legado. Pensar a Prática, Goiânia, v. 16, n. 2, p. 583-599, abr./jun. 2013.

REVISTA HISTÓRIA: Questões e Debates. Curitiba, PR: Ed. Da UFPR, n.57, jul/dez No 2(2012).

RIBEIRO, Luiz Carlos. Reordenamento das ligas de futebol: Crise ou nova ordem? Revista Recorde de História do Esporte, volume 5, número 1, Rio de Janeiro: junho de 2012.

_____ (org.). Futebol e Globalização. Jundiaí: Fontoura, 2007.

____. Futebol: Por uma História política da paixão nacional. História: Questões & Debates. n. 57, p. 15-43, 2012.

____; FERREIRA, Daniel V. Um registro regional do nacional: UFRJ, 2012.

ROSA, Hartmut. Alienation and Acceleration. Towards a Critical Theory of Late Modern Temporality. Malmö/Arhus: NSU Press, 2010.

RÜSEN, Jorn. A história entre a modernidade e a pós-modernidade. Palestra realizada na UFPR, 2013.

___. História viva. Brasília : UnB, 2007.

___. Razão histórica: teoria da história : os fundamentos da ciência histórica. Brasília : UnB, 2001.

SANDVOSS, Cornel. A game of two halves : football, television and globalization. London: Routledge, 2003.

SANTACANA i TORRES, Carles (dir.). Barça, 110 anys fent história. Barcelona: Angle Editorial, 2009.

SANTOS, Milton. Por uma outra globalização – do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SEITZ, Oliver. Made in Brasil: Placing the Football Industry in the Brazilian Environment. Tese (Doutorado em Filosofia) Universidade de Liverpool, 2012.

___. ¡Adelante, Brasil!: desarrollando la industria del fútbol en un país en desarrollo; In: SEITZ, Oliver; MILLER, Rori; FORT, Carles. El fútbol como negocio: Una introducción a la gestión deportiva en Europa y Brasil. Lima: Universidad del Pacífico, 2012.

SEVCENKO, Nicolau. A Corrida para o Século XXI: no Loop da Montanha Russa. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

SOTO, Alejandro Quiroga Fernández de. Goles y banderas. Fútbol e identidades nacionales en España. Madrid: Marcial Pons Historia, 2014.

SHAW, Duncan. Futebol y Franquismo. Madri: Alianza Editorial, 1987.

SILVA, Marcos de Araújo. Més que un Club – el FC Barcelona, lapostcolonialidad y las heterotopías del futbol en el mundo globalizado. In: SOTO, Rodrigo Lagos. Política global y fútbol: el deporte como preocupación de las ciencias sociales. CLACSO, IDESPO, Universidad Nacional, 2018.

SIMÕES, Irlan O público dos estádios: marcos históricos da atual elitização e arenização do futebol brasileiro. Trabalho apresentado no Intercom, 15-17 maio de 2014.

___. For the love, not the money: futebol, produção do comum e direito à cidade. Revista Lugar Comum, no 48, 2016, vol2.

___. Mercantilização do futebol e movimentos de resistência dos torcedores: histórico abordagem e experiências brasileiras. Esporte e Sociedade, ano 11, no 27, março 2016.

___. O futuro da torcida midiatização, mercantilização do futebol e resistência torcedora Trabalho apresentado no Intercom, 7 setembro de 2015.

___. Clientes versus Rebeldes. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2017.

SOLÉ I SABATÉ, Josep M. & FINISTRES, Jordi. El Barça em guerra (1936-1939). Barcelona: Angle Editora, 2006.

SORIANO, Ferran. A bola não entra por acaso: estratégias inovadoras de gestão inspiradas pelo mundo do futebol / Ferran Soriano ; tradução Marcelo Barbão. São Paulo : La-rousse do Brasil, 2010.

SPAAIJ, Ramón. Understanding Football Hooliganism: A Comparison of Six Western European Football Clubs. Amsterdam: Vossiuspers, 2006.

STEWART, NICHOLSON, SMITH, Sport consumer typologies: A critical review Volume 12, number 4 2003 Sport Marketing Quarterly pp 206-216.

TAMAJÓN, Luis; VALIENTE, Gemma. El desarrollo turístico en Cataluña en los dos últimos siglos: una perspectiva transversal. In: Documents d'Anàlisi Geogràfica. Núm. 53. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2009.

TAPP, Allan. The loyalty of football fans — We'll support you evermore? Henry Stewart Publications 1741–2447 (2004) Vol. 11, 3, 203–215 Database Marketing & Customer Strategy Management, 203-215.

TESTA, A; ARMSTRONG, G. Football, fascism and fandom: The ultras of Italian football. London: A&C Black, 2012.

THOMPSON, E. P. Costumes em comum. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

TOLEDO, Luiz Henrique de. Lógicas do futebol. São Paulo: Hucitec/Fapesp, 2002.

TZIMINADIS, João Lucas Faco. Modernidade dessincronizada: aceleração social, destemporalização e alienação: uma entrevista com Hartmut Rosa. In Estudos de sociologia. V.22 n.43, Araraquara: 2017.

VASCONCELOS, Artur Alves de. Identidade futebolística: os torcedores "Mistos" do Nordeste Dissertação (Mestrado em História) UFC, 2011.

VERENA, Alberti. "O lugar da história oral: o fascínio do vivido e as possibilidades de pesquisa". In: VERENA, Alberti. Ouvir contar: textos em história oral. Rio de Janeiro: FGV, 2004. p. 13-31.

VILÁ, Ana Alabart. Els jocs olímpics de Barcelona: oportunitats i riscos. Un balanç desde la sostenibilitat social. In: Revista Bibliográfica de Geografia y Ciencias Sociales. Vol. XV, nº 895 (4). Barcelona: Universitat de Barcelona, 2010.

VIÑAS, Carles. El Mundo Ultra. Madrid: Temas de Hoy, 2005.

___. Tolerancia Zero. Angle editorial: Barcelona, 2006.

___. & PARRA, N. St Pauli: Otro Fútbol es Posible. Madrid: Capitán Swing, 2017.

WEBER, Max. A ética protestante e o espírito do capitalismo: texto integral. São Paulo: Martin Claret, 2013.

WILLIAMS, James. Pós-estruturalismo. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012. Julho de 2015.

Artigos retirados de periódicos ou publicações online:

ABEL, João. Futebol mexicano: risco de 'americanização'? O Contra Ataque, mai. 2018. Disponível em: https://medium.com/o-contra-ataque/futebol-mexicano-risco-de-americaniza%C3%A7%C3%A3o-d59856a87478. Acesso em: 20 jun. 2019.

ABC. El Estadio de Montjuic añadirá el nombre de Lluís Companys. ABC, mar. 2001. Disponível em:<https://www.abc.es/hemeroteca/historico-31-03-2001/abc/Deportes/el-estadio-de-montjuic-a%C3%B1adira-el-nombre-de-lluis-companys_21434.html>. Acesso em: 20 jun. 2018.

AJUNTAMENT BARCELONA. Un poco de historia: Estadi Olimpic.Ajuntament Barcelona, 20-?. Disponível em: <https://www.estadiolimpic.cat/es/visitanos/historia>. Acesso em: 20 jun. 2019.

ALDUNÁTE, Ramiro. Bartomeu: "Posicionarse a favor del referéndum no es ser partidista, sino ser barcelonista y catalanista". Marca, mai. 2017. Disponível em: <https://www.marca.com/futbol/barcelona/2017/05/16/591ad7c1ca4741f9208b465d.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

ALMEIDA, Eduardo. Torcedores brigões usam Orkut para organizar ataques a grupos rivais. O Globo, set. 2006. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/torcedores-brigoes-usam-orkut-para-organizar-ataques-grupos-rivais-4561117>. Acesso em: 10 jun. 2019.

ARRANZA, Rubén. José Manuel Lara o la esquizofrenia del empresario mediático que juega a todos los palos. Voz Populi, dez. 2014. Disponível em: <https://www.vozpopuli.com/medios/Atresmedia-Grupo_Planeta-Jose_Manuel_Lara_Bosch-jose_manuel_lara-atresmediaplaneta_0_758924133.html>. Acesso em: 20 jan. 2018.

AS. El 49,7% de los españoles es aficionado al fútbol. AS, abr. 2003. Disponível em: <https://as.com/futbol/2003/04/01/mas_futbol/1049148027_850215.html>. Acesso em: 20 jul. 2018.

___. Rosell anuncia que revisará anualmente la limitación de entrada de sócios. AS, out. 2010. Disponível em: <https://as.com/futbol/2010/10/16/mas_futbol/1287180003_850215.html?omnil=resrelart>. Acesso em: 20 jun. 2019.

BALSELLS, Ferran. Cataluña pierde población por primera vez desde la Guerra Civil por la crisis. El País, fev. 2012. Disponível em: <https://elpais.com/ccaa/2012/02/06/catalunya/1328562868_669938.html> Acesso em: 20 jun. 2019.

BBC. Estos son los 10 países del mundo con más inmigrantes. BBC, fev. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-39059460>. Acesso em: 20 jun. 2019.

___. Os países que têm mais moradores estrangeiros do que nativos. BBC, mar. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-39216282>. Acesso em: 20 jun. 2019.

___. Os números que podem derrubar mitos e clichês sobre a migração ao redor do mundo. BBC, mar. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-47646813>. Acesso em: 20 jun. 2019.

___. Catalonia region profile. BBC, jun. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/world-europe-20345071>. Acesso em: 20 jun. 2019.

BARCA, Antonio Jiménez. Quando os filhos dos mais pobres chegaram à universidade, a Espanha mudou. El País, dez. 2017. Disponível em:

<https://brasil.elpais.com/brasil/2017/12/02/internacional/1512238217_908461.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

CAMPOAMOR, Jaime. Turismofobia: Barcelona y otras ciudades en pie de guerra contra el turismo de masas. BBC, jun. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-40107507>. Acesso em: 20 jun. 2019.

CAMPOS, Ciro & SCOZZAFAVE, Felippe. 'Novos' torcedores brasileiros se dividem entre Real Madrid e Barcelona. O Estado de São Paulo, mai. 2017. Disponível em: <https://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,novos-torcedores-brasileiros-se-dividem-entre-real-madrid-e-barcelona,70001797615>. Acesso em: 20 jan. 2018.

CAMPUZANO, Juan Carlos. FC Barcelona: El éxito de una estrategia Empresarial y Deportiva. JCampuza, abr. 2013. Disponível em: <https://jcampuza.wpcomstaging.com/2013/04/25/fc-barcelona-el-exito-de-una-estrategia-empresarial-y-deportiva/>. Acesso em: 20 abr. 2018.

CARBONELL, Rafael & BESA, Ramon. El Barça acuerda con el PSV el fichaje de Ronaldo. El País, jul. 1996. Disponível em: <https://elpais.com/diario/1996/07/11/deportes/837036007_850215.html>. Acesso em: 15 abr. 2017.

CASTELLÓ, José. Barça-Espanyol: un choque de ideologias. Cronica Global, out. 2017. Disponível em:<https://cronicaglobal.elespanol.com/deportes/derbi-barcelona-espanyol-choque-ideologias_86177_102.html> Acesso em: 20 jun. 2019.

CLEMENTE, Yolanda. Evolución del desempleo (1975 - 2015). El País, nov. 2015. Disponível em: <https://elpais.com/elpais/2015/11/18/media/1447871942_778264.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

CORTÉS, Josep Maria. José Creuheras: la herencia intangible de Lara Hernández. Crónica Global, out. 2018. Disponível em: <https://cronicaglobal.elespanol.com/pensamiento/el-retrato/jose-creuheras-herencia-intangible-lara-hernandez_191396_102.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

DELGADO, Eparquio. O seu ‘coach’ é um vendedor de milagres? El País, mai. 2019. Disponível em:< https://brasil.elpais.com/brasil/2019/04/30/eps/1556632159_862860.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

DUOLINGO. Which countries study which languages, and what can we learn from it? Duolingo, mai. 2016. Disponível em:<https://making.duolingo.com/which-countries-study-which-languages-and-what-can-we-learn-from-it>. Acesso em: 10 dez. 2018.

EL PAÍS. Os 'whatsapps' de uma campanha envenenada. El País, dez. 2018. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/especiais/2018/eleicoes-brasil/conversacoes-whatsapp/>. Acesso em: 10 dez. 2018.

___. Espectacular aumento de los estudiantes universitarios en España. El país, mar. 1980. Disponível em: <https://elpais.com/diario/1980/03/27/sociedad/322959604_850215.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

EL PERIÓDICO. Así es como el fc barcelona expande su adn por todo el mundo. El Periódico, mai. 2019. Disponível em: <https://www.elperiodico.com/es/epbrands/la-liga/fcbarcelona-adn-mundo//>. Acesso em: 20 jun. 2019.

ESPN. O rival do Barcelona que só 'quer ser um clube' e quer distância sobre polêmica da independência da Catalunha. ESPN, set. 2017. Disponível em: <http://www.espn.com.br/noticia/727785_o-rival-do-barcelona-que-so-quer-ser-um-clube-e-quer-distancia-sobre-polemica-da-independencia-da-catalunha>. Acesso em: 20 jun. 2019.

___. Onde estão as 50 maiores revelações do Barcelona na década. Espn, set. 2018. Disponível em: < https://www.espn.com.br/artigo/_/id/4774881/onde-estao-as-50-maiores-revelacoes-do-barcelona-na-decada>. Acesso em: 20 jun. 2019.

ESQUERDA. Conheça os principais atores da cena política catalã, um pouco da sua história e os resultados que obtiveram nas últimas eleições para o Parlamento catalão. Esquerda, dez. 2012. Disponível em: <https://www.esquerda.net/dossier/principais-partidos-catal%c3%a3es/25964>. Acesso em: 20 jul. 2018.

ESTADÃO. País é o 2º no mundo com maior número de pobres. Estadão, mai. 2009. Disponível em: <https://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,pais-e-o-2-no-mundo-com-maior-numero-de-pobres,368381>. Acesso em: 15 jan. 2009.

FC BARCELONA. Anual Reports. FC Barcelona. Disponível em <https://www.fcbarcelona.com/en/club/organisation-and-strategic-plan/commissions-and-bodies/annual-reports>. Acesso em: 20 jun. 2019.

FC BARCELONA.CAT. Uma Botiga de rècord. FC Barcelona.cat, jun. 2009. Disponível em: < http://arxiu.fcbarcelona.cat/web/catala/noticies/club/temporada08-09/06/n090606105403.html>. Acesso em: 10 jun. 2019.

FEDER, Barnaby J. Theodore Levitt, 81, Who Coined the Term 'Globalization', Is Dead. The New York Times, jul. 2006. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2006/07/06/business/06levitt.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

FERREIRA, Daniel V. Identidade corporativa: uma nova preocupação para estudiosos do esporte Ludopédio, jan. 2018. Disponível em: <https://www.ludopedio.com.br/arquibancada/idcorporativa-clubes/>. Acesso em: 20 jun. 2019.

FOLHA UOL. Franceses são maioria entre 'estrangeiros' da Copa. Folha Uol, jun. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2018/06/franceses-sao-maioria-entre-estrangeiros-da-copa-veja-ranking-completo.shtml>. Acesso em: 10 jun. 2019.

GALINDO, Jorge & LLANERAS, Kiko. Mapa de las aficiones del fútbol español. Jotdown, out. 2014. Disponível em: <https://www.jotdown.es/2014/09/mapa-de-las-aficiones-del-futbol-espanol/>. Acesso em: 20 jun. 2019.

GARDNER, Gary. Power to pedals. Worldwatch institute, ago. 2010. Disponível em: <http://www.worldwatch.org/node/6456> Acesso em: 20 jun. 2019.

G1. Mais da metade da população mundial usa internet, aponta ONU. G1 Globo, dez. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2018/12/07/mais-da-metade-da-populacao-mundial-usa-internet-aponta-onu.ghtml>. Acesso em: 20 jun. 2019.

GLOBO ESPORTE. Thiago Alcântara é a maior venda de um jogador da base do Barcelona. Globo Esporte, jul. 2013. Disponível em:< http://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-espanhol/noticia/2013/07/thiago-alcantara-e-maior-venda-de-um-jogador-da-base-do-barcelona.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

___. Barcelona anuncia ida de Bartra para o Borussia Dortmund por R$ 32 milhões. Globo Esporte, jun. 2016. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/2016/06/barcelona-anuncia-ida-de-bartra-para-o-borussia-dortmund-por-r-32-milhoes.html>. Acesso em: 22 jun. 2019.

GOBBI, Leonardo D. Urbanização Mundial. Educação Globo, ca.2015. Disponível em: <http://educacao.globo.com/geografia/assunto/urbanizacao/urbanizacao-mundial.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

HANCOCK, Jaime Rubio. ¿Pero cuántas esteladas hay? Guía para identificar las banderas catalanas. El País, set. 2017. Disponível em: <https://verne.elpais.com/verne/2017/09/20/articulo/1505916117_254378.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

HAYWARD, Ben & OLIVA, Ignasi. Destruição de La Masia: Por que o atual Barcelona jamais produzirá outro Messi. Goal, mar. 2017. Disponível: <https://www.goal.com/br/news/3357/espanha/2017/03/01/33182892/adestrui%C3%A7%C3%A3o-de-la-masia-por-que-o-atual-barcelona-jamais>. Acesso em: 20 jan. 2019.

JERICÓ, Pilar. Como passar da queixa ao sucesso. El País, mai. 2019. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/05/13/ciencia/1557699604_287488.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

JOHAN CRYFF INSTITUE. RCDE Case: Identidad Corporativa. Barcelona, 201-?

LA SOGA. Estadio de Sarriá. La Soga, set. 2017. Disponível em: <http://lasoga.org/estadio-sarria-barcelona/>. Acesso em: 20 jan. 2018.

LA VANGUARDIA. Barcelona, entre las diez ciudades más visitadas del mundo. La Vanguardia, mai. 2013. Disponível em: <https://www.lavanguardia.com/viajes/20130527/54374882330/barcelona-diez-ciudades-mas-visitadas-mundo.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

LAURENTIIS, Francisco de. Por que, há 20 anos, Real Madrid x Barcelona é também o superclássico Adidas x Nike. ESPN, dez. 2017. Disponível em: <http://www.espn.com.br/noticia/751223_por-que-ha-20-anos-real-madrid-x-barcelona-e-tambem-o-superclassico-adidas-x-nike>. Acesso em: 20 jan. 2019.

LLANERAS, Kiko. La relación entre el fútbol y la política (o dime a quién animas y te diré a quién votas). Jotdown, out. 2014. Disponível em: <https://www.jotdown.es/2014/07/la-relacion-entre-el-futbol-y-la-politica-o-dime-a-quien-animas-y-te-dire-a-quien-votas/>. Acesso em: 20 jun. 2019.

MAESTRE, Antonio. La mano del PP en la dirección de los medios de comunicación. La Marea, set. 2013. Disponível em: <https://www.lamarea.com/2013/09/02/la-mano-del-pp-en-la-direccion-de-los-medios-de-comunicacion/>. Acesso em: 20 jun. 2019.

MAGALHÃES, Eduardo Rocha Benevides. Globalização e o impacto no tráfego aéreo brasileiro. Palhoça: Universidade do Sul de Santa Catarina, 2018. 36 p. Monografia, Ciências Aeronáuticas da UNISUL, Palhoça, 2018.

MARCA. El Espanyol pretende cubrir la fachada de su estadio con un mural integrado por fotos de sus sócios. Marca, abr. 2010. Disponível em: <https://www.marca.com/2010/04/14/futbol/equipos/espanyol/1271249420.html>.Acesso em: 20 jan. 2018.

MARFÀ, Ricard & LLIMÓS, Albert. Les equipacions del Barça. Ara.cat, jun. 2019. Disponível em: <https://interactius.ara.cat/samarretes-equipacions-fcbarcelona historia?utm_medium=social&utm_source=twitter&utm_campaign=especials&fbclid=IwAR3QCWW7c5OwzdMY7bvq0uVJJ7b6u9SsmZpaz9f4GOnP0FOEUtqBwXb7CJc>. Acesso em: 25 jun. 2019.

MARQUES, João Henrique. Torcida racista do Barça que xingou Neymar faz guerra em Valência. Uol, abr. 2014. Disponível em: <https://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2014/04/17/torcida-racista-do-barca-que-imitou-macaco-a-neymar-faz-guerra-em-valencia.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 20 jan. 2018.

MARULL, David Ruiz. ¿Qué es un charnego? La Vanguardia, mar. 2013. Disponível em: < https://www.lavanguardia.com/politica/20160308/40292363173/gabriel-rufian-charnego-erc congreso.html>. Acesso em: 10 jun. 2018.

MASCARENHAS, Gilmar. Para ler o México através de seus estádios (e uma pitada de David Harvey na conversa). Ludopédio, mar. 2009. Disponível em: <https://www.ludopedio.com.br/arquibancada/para-ler-o-mexico-atraves-de-seus-estadios-e-uma-pitada-de-david-harvey-na-conversa/>. Acesso em: 20 jun. 2019.

MÁSIA, Vicent. Sociedades Anónimas Deportivas: Luces y Sombras. La fútbolteca, abr. 2011. Disponível em: <http://lafutbolteca.com/sociedades-anonimas-deportivas-luces-y-sombras/>. Acesso em: 20 jun. 2017.

MAZO, Estela S. La deuda total del fútbol español suma ya 3.440 millones, el 50% más que hace una década. Expansion, out. 2016. Disponível em: <http://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2016/10/30/5810c219ca4741b01f8b467f.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

MÉNCHEN, M. El Barça 'entronará' a Nike en el Camp Nou con su mayor tienda en España. Palco23, out. 2017. Disponível em: < https://www.palco23.com/clubes/el-barca-entronara-a-nike-en-el-camp-nou-con-su-mayor-tienda-en-espana.html>. Acesso em: 12 jun. 2019.

MICKLETWAITH, John & WOOLDRIDGE, Adrian. A transformação da multinacional. Exame, out. 2010. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/a-transformacao-da-multinacional-m0043163/>. Acesso em: 20 jun. 2019.

MINISTÉRIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE. Historia de la TV en España: 2.8 Las televisiones autonómicas. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 20-?. Disponível em: <https://www.edu.xunta.es/espazoAbalar/sites/espazoAbalar/files/datos/1336549605/contido/media/television/bloque2/pag8.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

MOLERO, Ivan. La globalización a través de una camiseta: de Araña a Hunan TV. AS, jan. 2016. Disponível em:<https://as.com/futbol/2016/01/29/primera/1454096565_383817.html>. Acesso em: 20 jun. 2018.

MOREIRA, Bruno & GAMMARO, Victor. Seu filho será torcedor do Barcelona
(ou do Real, ou de um Manchester...) Como os maiores clubes globais estão roubando o espaço do seu time do coração. Correio Braziliense, dez. 2016. Disponível em: <http://especiais.correiobraziliense.com.br/time-do-coracao>. Acesso em: 20 jun. 2019.

MORI, Letícia. Por que a classe média está ficando muito endividada em vários lugares do mundo, segundo a OCDE. BBC, abr. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-47882648>. Acesso em: 20 jun. 2019.

MORINI, Thiago Ferrer. Entrenados para el deporte professional. El País, jun. 2019. Disponível em: <https://elpais.com/elpais/2019/06/20/actualidad/1561023246_156086.html/>. Acesso em: 25 jun. 2019.

MUNDO DEPORTIVO. Los 'scouters' Torrent y Planchart se van con Guardiola. Mundo Deportivo, mai. 2013. Disponível em: <https://www.mundodeportivo.com/20130514/fc-barcelona/scouters-domenec-torrent-carles-planchart-fichaje-bayern-guardiola_54373481331.html>. Acesso em: 20 jan. 2019.

___. Mañana presentan una moción de censura a Laporta
Mundo Deportivo, mai. 2008. Disponível em: https://www.mundodeportivo.com/20080508/manana-presentan-una-mocion-de-censura-a-laporta_53462134842.html. Acesso em: 10 fev. 2019.

NOGUEIRA, Luís Artur Nogueira. Os 9 países mais cobiçados pelas multinacionais. Exame, ago. 2012. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/economia/os-9-paises-mais-cobicados-pelas-multinacionais/>. Acesso em: 20 jun. 2019.

OLIVER, Ramon. Reforma trabalhista espanhola faz cinco anos: assim é a geração de jovens desencantados que ela deixou. El País, jul. 2017. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/06/16/economia/1497635788_119553.html>. Acesso em: 10 dez. 2018.

ONE WORLD NATIONS ONLINE. Top world passengers airport in 2010. One world nations online, 2010. Disponível em: <https://www.nationsonline.org/oneworld/major_world_airports.htm>. Acesso em: 20 jun. 2019.

PEINADO, Quique. De Cruyff a Cristiano, de 60 millones a 16.000. Marca, jun. 2009. Disponível em: <https://www.marca.com/2009/06/11/futbol/futbol_internacional/1244717524.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

PINGDOM. The incredible growth of the Internet since 2000. Pingdom, out. 2010. Disponível em: <https://royal.pingdom.com/incredible-growth-of-the-internet-since-2000/>. Acesso em: 20 jun. 2019.

PIÑOL, Àngels; CARBONELL, Rafael; SERRAS, Manel. Silencio, mandan los 'boixos'. El País, fev. 2018. Disponível em: <https://elpais.com/diario/1998/02/08/deportes/886892407_850215.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

PLUSH, Hazel. Barcelona unveils new law to keep tourists away. Telegraph, jan. 2017. Disponível em:<https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/europe/spain/catalonia/barcelona/articles/barcelona-unveils-new-law-to-keep-tourists-away/>. Acesso em: 20 jun. 2019.

POLO, Edu. El Camp Nou, más blanco que nunca. Mundo Deportivo, ago. 2017. Disponível em: <https://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20170813/43556994754/supercopa-clasico.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

POQUÍ, Joan. Barcelona Veinticinco años de 'entorno'. Mundo Deportivo, abr. 2017. Disponível em: <https://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20170402/421366655087/veinticinco-anos-del-entorno.html>. Acesso em: 20 mar. 2019.

___ & PALLÀS, Joan Josep. Ampliarán la Botiga del Camp Nou. Mundo Deportivo, fev. 2012. Disponível em: < https://www.mundodeportivo.com/20120218/mundo-barsa/ampliaran-la-botiga-del-camp-nou_54257044097.html>. Acesso em: 10 jun. 2019.

RCD Espanyol. Guia de Premsa 2011/2012. RCD Espanyol, 2012. Disponível em: <https://www.rcdespanyol.com/pdf/2018/memo_rcdespanyol_2018.pdf>. Acesso em: 1 fev. 2019.

REVISTA PANENKA. "El fútbol era secundario". Revista Panenka, 2015? Disponível em: <https://www.panenka.org/miradas/entrevistas/el-futbol-era-secundario/>. Acesso em: 20 jun. 2019.

ROBERTO, J. La historia de Canal +, Especial 20 años. Espinof, ago. 2009. Disponível em: <https://www.espinof.com/cuatro/la-historia-de-canal-especial-20-anos>. Acesso em: 20 jun. 2019.

ROZAS, Emílio Pérez de. El Barcelona inscribe a Lineker y da de baja a Schuster. El país, ago. 1986. Disponível em: <https://elpais.com/diario/1986/08/14/deportes/524354415_850215.html>. Acesso em: 20 jun. 2019.

___ & BESA, Ramon. El Grup d'Opinió sostiene que Nuñez manipula los presupuestos para que den superávit. El País, jul. 1987. Disponível em: <https://elpais.com/diario/1987/07/26/deportes/554248817_850215.html>. Acesso em: 20 mar. 2018.

RUIC, Gabriela. Os países que mais censuram a internet (e os mais livres). Exame, out. 2015. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/tecnologia/os-paises-que-mais-censuram-a-internet-e-os-mais-livres>. Acesso em: 20 jun. 2019.

SEGURA, Miguel Ángel. En recuerdo al maestro Juan Segura Palomares volvemos a publicar el artículo que su hijo escribió para LCD. La Contra Deportiva, nov. 2018. Disponível em: <https://www.lacontradeportiva.com/juan-segura-palomares-2/>. Acesso em: 20 jan. 2019.

SERRAS, Manel. El Barcelona firma con Nike, a pesar de tener mejores ofertas. El País, dez. 1997. Disponível em: <https://elpais.com/diario/1997/12/11/deportes/881794807_850215.html>. Acesso em: 20 jul. 2018.

SEVILLA, Andrés. Bancos más grandes de España. Economipedia, jul. 2017. Disponível em: <https://economipedia.com/ranking/bancos-mas-grandes-espana.html>. Acesso em: 20 jan. 2019.

SEVILLA, Jordi. La economía española cumple 40 años en democracia. World Economic Forum, jun. 2017. Disponível em: <https://es.weforum.org/agenda/2017/06/la-economia-espanola-cumple-40-anos-en-democracia>. Acesso em: 20 jun. 2019.

SPORT. Piqué-Espanyol, una polémica que no se cierra. Sport. Disponível em: <https://www.sport.es/es/noticias/barca/pique-espanyol-una-polemica-que-no-cierra-7189049>. Acesso em: 20 jun. 2019.

STEIN, Leandro: A invasão estrangeira: Como foi a transformação da Premier League em um campeonato global. Trivela, ago. 2017. Disponível em: <https://trivela.com.br/a-invasao-estrangeira-como-foi-transformacao-da-premier-league-em-um-campeonato-global/>. Acesso em: 20 jan. 2019.

___. Onde a rivalidade entre Brasil e Argentina é mais quente? Em Bangladesh. Trivela, 20 jun. 2014. Diesponível em: <https://trivela.com.br/onde-rivalidade-entre-brasil-e-argentina-e-mais-quente-se-voce-respondeu-bangladesh-acertou/>. Acesso em: 20 de jun. 2019.

STILPEN, Paulo & SOUZA, Ubiratan. Estudos da competitividade do turismo brasileiro. Ministério do Turismo, 2007?. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/ECONOMIA_DO_TURISMO.pdf >. Acesso em: 20 jun. 2019.

TEIXEIRA, Lucas Borges. 23 times de futebol de bilionários. Uol, jun. 2016. Disponível em: <https://forbes.uol.com.br/listas/2016/06/23-times-de-futebol-de-bilionarios/>. Acesso em: 20 jun. 2019.

ULTRAS-TIFO. History of Barcelona Supporters. Ultras Tifo, jan. 2010. Disponível em: <http://www.ultras-tifo.net/news/116-barcelona-supporters.html>. Acesso em: 10 dez. 2017.

VALVERDE, Ernesto. «He aprendido mucho con el libro porque al principio no tenía idea de cómo ordenar las fotos». Revista Líbero (Entrevista à Enric Gonzalez), 2017?. Disponível em: <https://revistalibero.com/blogs/contenidos/he-aprendido-mucho-con-el-libro-porque-al-principio-no-tenia-idea-de-como-ordenar-las-fotos>. Acesso em: jun. 2019.

VARELA, Peregrina. Presupuestos de los Clubes de Fútbol en España (1990 -1996). El Correo de Madrid. jan. 2017. Disponível em: <https://www.elcorreodemadrid.com/nacional/75782864/Presupuestos-de-los-Clubes-de-Futbol-en-Espana-10--16.html>. Acesso em: 20 mar. 2019.

VELASCO, Daniel. Seis reformas laborales desde 1980 y muy pocos resultados. El economista, fev. 2002. Disponível em: <https://www.eleconomista.es/economia/noticias/3737045/02/12/Seis-reformas-laborales-y-muy-pocos-resultados.html>. Acesso em: 10 dez. 2018.

VILELA, Gustavo. Após crise global estourar em 2008, bancos receberam socorros bilionários. O Globo. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/apos-crise-global-estourar-em-2008-bancos-receberam-socorros-bilionarios-13495994#ixzz5rb9zsCuZ>. Acesso em: 27 abr. 2019.

WILKSON, Adriano. Eles estão entre nós "Geração Playstation", redes sociais, escolinhas...Clubes europeus conseguirão roubar torcida dos brasileiros? Uol, 2017?.Disponível em: <https://www.uol/esporte/especiais/ameaca-gringa.htm#imagem-4?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 20 jun. 2019.

Sites da internet consultados

Ajuntament de Barcelona: https://www.barcelona.cat/ca/
AS: https://as.com
Barça Innovation Hub: https://barcainnovationhub.com/pt/
BBC: https://www.bbc.com
BNDES: https://www.bndes.gov.br/
Camisetas Sport Club: http://camisetassportclub.blogspot.com.br
CIES Football Observatory: www.football-observatory.com
Correio Braziliense: https://www.correiobraziliense.com.br/
Datosmacro.com: https://datosmacro.expansion.com/
Deloitte: https://www2.deloitte.com
Economist: https://www.economist.com/
El País: https://elpais.com/
El Punt Avui: http://www.elpuntavui.cat/barcelona.html
Espinof: https://www.espinof.com/
Estadão: https://www.estadao.com.br/
Exame: https://exame.abril.com.br/
Federació Catalana de Futbol: http://fcf.cat/
FC Barcelona: https://www.fcbarcelona.com/en/
FIFA: www.fifa.com
Folha: https://www.folha.uol.com.br/
Globo: https://www.globo.com/
Grupo Dani: https://www.dani.es
Institut d'Estadística de Catalunya: https://www.idescat.cat/
Instituto Nacional de Estatística: https://www.ine.es/
International Civil Aviation Organization: https://www.icao.int
International Institute for Democracy Electoral Assistance: https://www.idea.int
Johan Cruyff Institute: https://johancruyffinstitute.com/en/
La Liga: https://www.laliga.es/en
La Vanguardia: https://www.lavanguardia.com/
Ludopedio: https://www.ludopedio.com.br
Marca: https://www.marca.com
Medium: https://medium.com/

Ministerio de Cultura y Deporte: http://www.mecd.gob.es
Ministério do Turismo: http://www.turismo.gov.br/
Mundo Deportivo: https://www.mundodeportivo.com/
Nações Unidas:https://nacoesunidas.org/agencia/unesco/
Nations Online: https://www.nationsonline.org/
O Globo: https://oglobo.globo.com/
Observatorio da Imprensa:http://observatoriodaimprensa.com.br/
Pingdom: https://royal.pingdom.com/
RCD Espanyol: https://www.rcdespanyol.com/
Real Federación Española de Fútbol: https://www.rfef.es/
Resultados de Fútbol: https://www.resultados-futbol.com
Revista Panenka: https://www.panenka.org/
Taylor e Francis online: https://www.tandfonline.com/
Telegraph:https://www.telegraph.co.uk/
Transfermarkt: https://www.transfermarkt.pt/
Universidade do Futebol: https://universidadedofutebol.com.b
Universo online: https://www.uol.com.br/
The World Bank data: https://data.worldbank.org/
UEFA: https://www.uefa.com/
World Bank: https://www.worldbank.org/
World Watch Institute: http://www.worldwatch.org/

Vídeos no *Youtube*

DOCUMENTAL extendido del 75 aniversario del RCD Espanyol. RTVE, 1975?. Disponível em: <https://www.youtube.com/results?search_query=espanyol+75+a%C3%B1os>. Acesso em: 10 jan. 2018.

FEM PENYA. For Futbol Club Barcelona. Confederació Mundial de Penyes FC Barcelona. 2019?. Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=vnnHH4-4OuA>. Acesso em: 20 jun. 2019.

ES NECESSITEN PERIQUITOS. Campaña captación socios RCD Espanyol. RCD Espanyol, 199-?. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ald8sgzAjEw>. Acesso em: 20 jan. 2018.

HISTORIA del FC Barcelona. ALEA TV; JWP; TELEVISIÓ CATALUNYA; BBC, 200-?. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tp5_e5nE_F0 >. Acesso em: 20 jan. 2018.

KOTLER, Philip. Marketing 3.0. 201-? Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=6rxj8pGPxZc&t=1445s>. Acesso em: 10 jun. 2019.

RCD ESPANYOL Campaña de captación de sócios. RCD Espanyol, 1997?. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tAl-H7-lb_g>. Acesso em: 20 jan. 2018.

ROSA, Hartmut. Why are we stuck behind the social acceleration? TED, 2015. Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=7uG9OFGId3A&t=867s>. Acesso em 20 jam. 2018.

RÜSEN, Jorn. O que é meta-história. UFPR, 201-?. Disponível em: < www.youtube.com/watch?v=a97t64iUWNc>. Acesso em: 1 ago. 2015.

Outras Fontes

ATAS do FC BARCELONA: Registros entre 1979 e 2003.

FANZINES DOS ULTRAS RADICALES do FC BARCELONA e RCD ESPANYOL. Algumas edições entre 1990-2017. Acervo particular do professor e historiador Dr. Carles Viñas.

MUSEU DO FC BARCELONA E ESTÁDIO DO CLUBE (2017).

MUSEU DO RCD ESPANYOL E ESTÁDIO DO CLUBE (2017).

REVISTA BARÇA: todas as edições entre 2002 até 2011.

REVISTA FEDERACIÓ CATALANA DE PENYES. Homenatge a l´afició. 2012.

GLOSSÁRIO

Azulgrana, barcelonista, blaugrana, culé, culer: torcedor do *FC Barcelona*

Blanc-i-blau: branco e azul em catalão, como também é chamado o *RCD Espanyol*.

Blanquiazul, perico, periquito: torcedor do *RCD Espanyol*.

Boixos Nois, Almogávers, Creu Sant Jordi, *Sang Culé Cor Català*: espécies de torcidas organizadas do *FC Barcelona*, mas são diferentes entre si (ideologias, práticas).

Big 5: os campeonatos mais conhecidos e mais valorizados do futebol mundial, incluem a English Premier League (Inglaterra), *La Liga* (Espanha), *Bundesliga* (Alemanha), *Serie A* (Itália) e *Ligue1*(França)

Brigadas Blanquiazules, Curva RCDE, *Juvenil 1991*: espécies de torcidas organizadas do Espanyol, diferentes entre si (ideologias, práticas).

Estelada: bandeira independentista da Catalunha.

FIFA: *Fédération Internationale de Football Association*, é a federação internacional de futebol.

Generalitat: conjunto de instituições de autogoverno da Catalunha.

Grada, *ultras*, *hinchada radical*: coletivo organizado de torcedores no futebol da Espanha, geralmente ficam atrás dos gols.

La Liga: campeonato de futebol disputado entre os clubes da Espanha.

Penya: organizações torcedoras locais muito comuns na Catalunha e Espanha, de longa data.

Senyera: bandeira oficial da Comunidade Autônoma da Catalunha, de origens remotas.

Seient Lliure: sistema em que os sócios do *FC Barcelona* que possuem cadeiras no estádio, podem liberar suas cadeiras (mediante compensação financeira) para que o clube venda a entrada equivalente a algum interessado.

RFEF: Real Federación Española de Futebol.

RTVE: *Radiotelevisión Española*, conjunto de mídias públicas (rádio e TV) da Espanha, existentes desde 1945.

SAD: *Sociedade Anònima Deportiva*, modelo de clube privado organizado por ações, vigente no Estado espanhol, a partir da década de 1990.

TNCs: clubes transnacionais

UCL: *Uefa Champions League*, principal competição intercontinental de clubes europeus, surgida em 1992, mas derivada da Taça de de Clubes Campeões Europeus de 1955. Depois da Copa do Mundo, atualmente é a mais assistida no mundo.

UEFA: *Union of European Football Associations*, união das associações europeias de futebol.