

Més que una llotja

Dues persones assídues a la llotja del Camp Nou coincideixen a afirmar que tenir un dels 154 seients de la zona més privilegiada del camp del Barça és l'equivalent a posseir un llotja del Liceu de les primeries de segle.

No és una comparació gratuïta. A la llotja de l'Estadi es pot trobar, cada quinze dies, l'elit del món polític, civil i empresarial català. Quasi tots els *vips* saben que el partit de futbol és un context immillorable on un seguit de personalitats es troben en el lloc adequat i en el moment oportú. A ningú se li escapa que presumir de llotja del Barça és, segons un dels habituals, "un senyal inequívoc de prestigi i imatge" en

una època en què les relacions públiques marquen la dinàmica de la nostra societat.

A la llotja existeixen una sèrie de normes no escrites que tothom respecta. A banda del vestit —els pantalons texans, per exemple, hi són prohibits, i la corbata és obligatòria—, no és habitual que es tanquin negocis o que es discuteixi de política. En tot cas s'hi "fa agenda". A la llotja, els patricis catalans es veuen, se saluden i, si convé, queden per "més endavant". Seguint una frase ben pujo-lista, al Camp Nou "no toca" parlar de segons què. Sovint n'hi ha prou a veure i a ser vist.

Qui són els 154 escollits? Hi ha diferències de classe a la llotja de can Barça? En primer lloc cal deixar clar que a la llotja només s'hi accedeix per invitació del club o en condició de directiu. Hi són habituals ministres i consellers, el regidor d'Esports de la ciutat, el president de la Federació Catalana de Futbol, alts càrrecs del futbol mundial, i els màxims executius de les empreses que esponsoritzen

XAVIER CARRION



la Fundació. Més de tant en tant hi és el president de la Generalitat, Jordi Pujol, cada vegada que surt a la llotja sonen les notes d'*Els Segadors* pels altaveus. I, molt excepcionalment –el partit Barça-Brasil del Centenari ho fou–, hi va el rei Joan Carles. Enguany el president del Barcelona ha saludat en tres ocasions el monarca en menys d'un mes, una situació extraordinària fins i tot per al president del govern espanyol, José María Aznar, que, com el seu antecessor, Felipe González, encara no ha posat els peus al Camp Nou.

També el món judicial és present a les zones preferencials de la catedral barcelonista. Fa un any i mig fonts judicials –amb el coneixement de la Fiscalia– van assegurar que el club havia regalat carnets de tribuna a uns cinquanta jutges de la ciutat. Immediatament la directiva va qualificar de “normal i habitual” el fet de facilitar invitacions a diversos estaments de la vida pública, i el president del Tribunal Superior de Justícia de Catalunya va minimitzar l'acció argumentant que “és absurd que algú pensi que amb un carnet –valorat en unes 60.000 pessetes– es pugui subornar algú”. Però hi ha qui va malpensar de la cortesia del FC Barcelona i va argumentar que el president del Barça té diversos plets i litigis judicials contra les seves empreses per irregularitats i impagaments.

Durant la darrera temporada, a la llotja presidencial també s'hi ha vist l'ex-cap de la Inspecció d'Hisenda a Catalunya, Josep Maria Huguet, ara investigat per presumptes irregularitats durant la seva etapa com a alt funcionari. Huguet ha assessorat les empreses immobiliàries de Josep Lluís Núñez i tant ell com altres inspectors d'Hisenda, com José Lucas Carasco, José Calvo, Álvaro Pernas, Josep Ramon Morató –ex-cap de l'Oficina Nacional d'Inspecció– i Josep Lluís Prada Larrea –l'actual cap d'Inspecció Regional– són propietaris de vivendes construïdes per les empreses del *holding* Núñez i Navarro (NN). Aquesta coincidència i el fet que el FC Barcelona tingui pendent de



resolució una proposta de liquidació de 3.513 milions de pessetes corresponents a retencions no fetes als anys 1990-1993 per drets d'imatge d'alguns jugadors són arguments que condueixen a la sospita i que han servit a l'oposició per reiterar els seus dubtes sobre la transparència econòmica de la gestió de Núñez.

**Segons un directiu,
"a vegades
es fan favors al
Barça que no es
poden tornar amb
diners, sinó amb
atencions."**

Una llotja classista. A banda dels polítics, dels jutges i dels inspectors d'Hisenda, a la llotja no hi falten alguns dels *top-ten* del món de la cultura, la ciència, la moda o l'esport. Noms com Miquel Barceló, Josep M. Subirats, Josep Carreras, Judith Mascó, Antonio Banderas, Julio Iglesias, Joan Antoni Samaranch o Miguel Induráin han estat al “liceu” barcelonista en els darrers mesos. La mitja part dels partits és el moment que el president Núñez aprofita per oferir la insígnia d'or i brillants a qui s'ho ha guanyat. És un ritual perfectament organitzat pel director general del club, el periodista Ricard Muxenachs, que sap prou bé que en pocs minuts el club cotitza a l'alça la seva imatge externa. En aquest

sentit, el directiu Jordi Villacorta va manifestar quan l'afer de la venda de les entrades de la final de la Lliga de Campions que “a vegades es fan favors al Barça que no es poden tornar amb diners, sinó amb atencions”. Aquesta frase resumeix la política del club vers el món empresarial català.

Segona apreciació: a la llotja hi ha una piràmide de classes. Els *paters conscripti* –Núñez, el president de l'equip rival, Pujol, Clos, ministres, consellers i la delegada del govern– són a la primera filera, i a mesura que anem pujant l'estatus del convidat va disminuint. Tots tenen dret a un passatge per aparcament dins l'estadi, i els escortes i xofers poden veure el partit en uns seients reservats a tribuna. Abans, durant i després del partit dos serveis privats de bar ofereixen un refrigeri als ocupants de la llotja en els quals l'alcohol hi és prohibit fins després del partit. Aquí s'afegeixen les mullers dels futbolistes i els periodistes que cerquen l'opinió de la directiva.

Si fa trenta anys era habitual veure a la llotja els caps del tèxtil català, en l'actualitat els patrons del món de la construcció i l'hostaleria són els que dominen la situació. L'entrada de Josep Lluís Núñez a la presidència, fa 21 anys, va significar el trencament de l'hegemonia del cotó per començar-ne una altra, la construcció. Així, la família Núñez (pare i fill, Josep Lluís Núñez i Navarro, que és vice-president) de Núñez i Navarro (un *holding* de 137 empreses), i els directius Guillem Chicote, de Confort, i Francesc Pulido, del Grupo Pulido, solen

La llotja de can Barça és, des de fa més de 80 anys, un punt de trobada de la classe alta catalana. Els barons de la Lliga, els alts càrrecs republicans, els amos de fàbriques i empreses... tots hi han fet cap, conscients que ser-hi és sinònim de prestigi.

El Camp Nou tindrà 32 llotges més d'alt 'standing'.

comentar aspectes del ram amb els caps visibles de la Federació de Promotors de Catalunya, amb els patrons de la Cambra de Contractistes d'Obres Públiques, o amb col·legues com els amos d'Hàbitat (la família Figueras) o els directius de Construmat (Blanchard). I, si cal, amb el regidor i conseller d'Urbanisme i Obres Públiques.

La llotja dels negocis. Qui tampoc perd l'oportunitat per promocionar-se són les empreses que patrocinen la Fundació del Barça. Són els ocupants de les dues terceres parts de les fileres de la part

que un bon flux de milions de la Fundació ajuden a arrodonir els comptes de l'entitat. Actualment hi ha 105 empreses vinculades amb la Fundació. Un grup de 25 són membres d'honor, 48 són col·laboradores i 22, protectores. Les primeres paguen entre 10 i 15 milions de pessetes l'any i el club els ofereix vuit localitats a la *llotja business* i dues a la presidencial, entrades per a les seccions, la inclusió del nom en campanyes publicitàries i disponibilitat de les instal·lacions una vegada l'any. A més, l'empresa té l'exclusivitat d'imatge en el seu sector. Així, per exemple, Coca-Cola, Damm o

AVUI



La junta directiva del FC Barcelona és la més poblada del futbol estatal. En els darrers anys, Núñez hi ha donat cabuda a persones provinents de diversos sectors econòmics i ideològics.

inferior de la llotja. Es tracta d'uns 400 seients, els seients de la Fundació. És la *llotja business*. Els dies de partit, aquestes empreses solen convidar els millors clients a l'estadi. Gaudir còmodament de l'espectacle des d'una posició privilegiada és una bona estratègia del departament d'imatge de cada empresa per arribar a un bon acord comercial. No cal dir que tot això, és clar, té un preu. La Fundació va néixer fa cinc anys amb la idea de generar uns ingressos per evitar que el club fos una societat anònima. Si bé és cert que assumeix despeses que no estan relacionades amb el futbol professional, és ben conegut

Ford saben que no tindran la competència de Pepsi, San Miguel o Seat. Aquest fet ha provocat alguna dificultat en l'esponsorització de les seccions. Ja és sabut que la samarreta de l'equip de futbol es manté immaculada publicitàriament, un fet que no succeeix als altres esports del club. En el cas del bàsquet, el FC Barcelona ha rebutjat una oferta de Caja Madrid perquè Banca Catalana, l'actual espònsor, és membre d'honor de la Fundació (i perquè Núñez no hauria vist amb bons ulls que el nom de la capital de l'estat figurés a l'elàstica de l'equip d'Aíto García Reneses). També va rebutjar una bona oferta dels pro-

motors del parc temàtic Terra Mítica perquè el club té un contracte molt important amb la Caixa, accionista de Port Aventura, la competència del futur parc de Benidorm.

Aquesta manca de competència en el mateix àmbit no es produeix, en canvi, en les entitats que són membres col·laboradors ja que no tenen el dret d'exclusivitat perquè "només" paguen tres milions i mig de pessetes. Tampoc el tenen els socis protectors, que abonen a la Fundació una quota anual d'un milió de pessetes, l'única categoria que és oberta a noves inscripcions. Tant la relació d'empreses d'honor com la de col·laboradores és tancada tot i que hi ha una llista d'espera molt sucullenta. La Fundació està molt interessada en els patrocinadors provinents de tres àmbits: el de les franquícies —especialment si són nord-americanes—, el sector de l'automòbil, i el món financer nacional.

El problema és que el FC Barcelona no disposava fins ara de més seients a la llotja inferior. Però el club tindrà a partir de la propera temporada 32 llotges d'*alt standing* situades a la primera gradeïria de la zona lateral. N'hi haurà de 6, 10 o 14 persones de capacitat i la Fundació en gestionarà el lloguer. En cas d'una ocupació del 100% —un fet que es dona per segur— la Fundació ingressarà 150 milions de pessetes anuals, a banda que disposarà de nous clients que podrà ubicar als seients de la *llotja business*, abandonats pels nous inquilins de les llotges privades. En aquests recintes, a més de veure el partit, s'hi podrà dinar o sopar o prendre una copa tranquil·lament. És una estratègia que han seguit altres clubs europeus com el Manchester United. Com ja passa a Old Trafford, el Camp Nou esdevindrà ben aviat un punt de negocis molt important a la ciutat, una particularitat que engrandirà allò del "Barça, més que un club", tot i que aquesta divisa adquireixi un sentit radicalment diferent al de fa dues dècades.

Jordi Finestres