

W E M B L E Y 25

Toda la prensa dio un trato excepcional a la disputada final de Wembley

Un impacto mundial

XAVIER G. LUQUE
Barcelona

La Copa de Europa ya es del Barça", tituló a toda portada *La Vanguardia* el 21 de mayo de 1992 para anunciar el esperado final del maleficio de Berna (1961) y Sevilla (1986). La explosión de júbilo del gol de Koeman tuvo cumplida respuesta en la prensa del día siguiente, tanto en Catalunya y España como en la prensa continental. El referente *L'Équipe* apostó por señalar "Barcelona grande de Europa" en su primera página, mientras reservaba para la crónica del partido otro titular contundente: "El rey es el Barça". Y en dos subtítulos resumía la esencia de lo sucedido en Wembley: "El gran club catalán ganó la única Copa de Europa que faltaba en su enorme palmarés" y "Fue Ronald Koeman quien se la ofreció, mediante un terrible golpe franco en el final de la prórroga".

El despliegue de *La Vanguardia* pasó de la portada general,



con el titular ya citado, a un suplemento especial de 24 páginas que se encabezaba así: "Campions d'Europa". Otros medios de información general también apostaban por dar un trato prefe-

rente a la victoria. Así, en *ABC* titularon "El Barça conquistó para España la Copa de Europa" y *Avui* incidió en la larga espera con un "Per fi campions...!". En *El País* la noticia no gozó de portada única y se explicó con este lema: "El Barcelona gana la Copa de

EXPANSIÓN SIN FIN
La anhelada victoria blaugrana resonó en Europa como justo reconocimiento a la historia del club



Europa por primera vez en su historia". En cambio, *El Periódico* también publicó un suplemento especial, de 20 páginas, con el título "El mejor de Europa".

En la prensa deportiva catalana destaca el rotundo "Ja la tenim" de *Mundo Deportivo* en un ejemplar especial de 32 páginas con fuerte apoyo publicitario que incluye alguna sorpresa, como la media página de Conservas Dani para "felicitar a toda la afición por su apoyo". Por su parte, *Sport* destacaba en portada que "esta Copa llega hoy a las 5 de la tarde a Barcelona".

La primera página del madrileño *Marca* estuvo dedicada íntegramente a la victoria blaugrana

con un curioso diálogo con el club. Desde el enorme "¡¡Bien Barça bien!!" hasta el subtítulo: "Un tremendo cañonazo de Koeman en el minuto veintiuno de la prórroga te ha hecho entrar en la historia".

En Holanda celebraron el éxito de un Barça orange. *De Volkskrant*: "Cruyff acalló a los que le criticaban". *De Telegraaf*: "Koeman dispara al Barcelona hacia la Copa". Para el italiano *La Gazzetta dello Sport* en cambio, el protagonista fue otro: "Paciencia, Samp, ha sido bonito".●

Lo primero, generar ingresos

Es ante las grandes crisis cuando los grandes clubs y sus socios dan la justa medida de su valía. Y la del motín del Hesperia puso al Barça ante el precipicio, pero también ante la oportunidad de demostrar que nuestra sociedad civil cuenta con el talento y la vitalidad necesarios para salir de ella aplicando las reformas y la modernización que lo han convertido en lo que es hoy.

Aquella crisis hizo evidente que el club necesitaba profesionalizar su gestión económica, deportiva y empresarial. Por eso, el presidente Josep Lluís Núñez, que sabía de mi investigación en la cátedra de la Universitat de Barcelona, me emplazó a una reunión en el Camp Nou al día siguiente. Pensé que era una mera toma de contacto, pero me encontré ante una reunión formal en

la que ya fui presentado como nuevo responsable de la comisión económico-estatutaria. Al acabar, Núñez vino a agradecer mi decisión, pero le advertí que aún no la había tomado y que sólo aceptaría si tenía pleno acceso a toda la información financiera del club que a partir de ese momento gestionaría con él sin más interferencias. La primera norma que instauramos fue la prohibición de bebidas y televisión en las reuniones de la comisión, que convertimos en un riguroso consejo de administración que durante los 14 años siguientes pasaría muchas noches en vela repasando balances.

Lo primero en aquellas circunstancias era generar recursos. Ganar dinero. Lo segundo, pagar deudas; y lo tercero, invertir en fichajes. En este orden. Ese era el algoritmo que nos llevaría al éxito deportivo.

Empezamos por aumentar las cuotas de los socios, que apoyaron la medida con la inteligencia que requería la situación. Después, innovamos aplicando nuevas técnicas de marketing deportivo, que siguen siendo hoy caso de estudio. Multiplicamos los derechos de esponsorización y derechos televisivos con los contratos con Kappa o con la entonces novedosa Visa Barça. También lanzamos la Botiga del Barça con todo su novedoso merchandising. Al mismo tiempo, la creación de la Fundació Barça nos permitió reforzar la solidez del club como institución. Recuerdo que la revista francesa *Capital* llegó a comparar entonces el tándem que formábamos el presidente Núñez y yo mismo con lo que hubieran deseado para rescatar el Olympique de Marsella entre Bernard Tapie y el Nobel

francés de Economía Maurice Allais. Así conseguimos multiplicar por ocho el patrimonio del club y, ya desde el rigor contable y la expansión financiera, preparamos los éxitos deportivos del *dream team*.

En un momento en que los fichajes se realizaban por catálogo a capricho de cada presidente, aplicamos la lógica difusa a la evaluación de los jugadores. Y es que en pocos ámbitos obtendremos más resultado en la gestión de la incertidumbre que a la hora de calibrar el rendimiento de un jugador. El cuerpo técnico pronto hizo suyo el sistema, porque descubrió que el jugador más necesario no era siempre el más caro del mercado. Otra innova-



Jaime Gil Aluja
Presidió la comisión económica del Barça (1988-2002)

ción crucial, que ahora generalizan las autoridades deportivas, fue poner un tope a la masa salarial de la plantilla.

Modestamente, puedo decir que acertamos y que Wembley fue una realidad antes de lo que podríamos esperar. Creamos un modelo que nos permitió crecer

y competir con ventaja y que ya se ha convertido en referente mundial. Llegó el fin de ciclo de Núñez y yo quise irme con él. Me pidió que siguiese, pero mi elección como presidente de la Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras fue un argumento de peso para dejar la gestión económica sin dejar de renovar mi pasión por el Barça, con el que aún vibro como el primer día.