



Revista *Noticias*, Edición N° 1539 del 24-06-2006

Nota de tapa: **EL PELIGRO DE ASFIXIAR AL ÍDOLO**

Todos quieren que sea el nuevo Maradona y esa promesa no deja de generar negocios. La insólita movida mediática y comercial en torno a un jugador suplente, presionado para brillar.

Columna ¿Juego limpio?

Hay quien cree que Messi debutó el viernes pasado, pero el chico viene usando la celeste y blanca hace rato. Y no fue el único. Hace meses, mucho antes de que los convocaran para la Selección, varios jugadores empezaron a transpirar la camiseta para un desodorante. Y antes que en la cancha, los vimos vendiendo papas fritas, chicles globo, afeitadoras y zapatos de goma. Es que el mundial ya no es una gesta deportiva sino una gran vidriera vendida en parcelas a las marcas que, entre tanda y tanda, permiten que se juegue un partidito.

Cada cual hace su mundial. Los noticieros transmiten la mascota oficial, la pelota oficial, la camiseta oficial y la conferencia con los logos oficiales que la AFA supo contratar. Los programas innecesarios de cada "canal del Mundial" muestran hinchas desgañados con camisetas auspiciadas que agradecen con la foto la generosidad del benefactor que los llevó a Alemania. Se hacen el mundial quince patrocinadores globales y varios oportunistas que aprovechan la emotividad patriótica para vender televisores de plasma o celulares autografiados. Así, si juega o no Ronaldo la final 2002, o si Messi está en el próximo partido, no es una cuestión de fútbol, sino de compromisos comerciales.

En el registro histórico, apenas si quedarán los cuatro últimos partidos. Hasta tanto llegue el momento, cultivamos el fervor nacionalista en esos estrechos márgenes que deja un mundo deslocalizado, donde la bandera patria se cubre con la del patrocinio para hacer ver como argentinos una cerveza brasilera, un yogur francés y la promesa futbolística del Barça. En este mundo las lecciones de juego limpio las da una marca de zapatillas y Erik Cantona preguntando irónico si el mejor fútbol se juega en Brasil o en Argentina. Habla de Tévez, claro. Messi no entra en la consigna: firmó hace poco para la competencia

Adriana Amado Suárez

Profesora UNLAM, Directora Comunicación Social UCES