



• PATIO DE LUCES •

Balones y valores



ROBERTO ZAMARBIDE

RECUERDO la mirada de un niño en un pueblo costero de Centroamérica, hace once o doce años. Llevaba un balón bajo el brazo, y al cruzarnos con él y oírnos hablar, nos preguntó curioso: “¿España?” “Sí, sí”, sonreímos. Él contestó bastante serio “¡Raúl!” Yo confirmé: “-Sí, Raúl”, dando por hecho que era otro chaval que había oído hablar del que era por entonces la estrella del fútbol español. Pero el crío añadió, escueto pero preciso: “-Real Madrid, 1-2. Raúl”. En la era anterior a los smartphones, yo estaba de vacaciones bastante despistado de la actualidad española y el crío me estaba informando puntualmente de la última hora de la Liga.

Es en ocasiones como esas, a miles de kilómetros de tu país, cuando cualquiera puede percibir el alcance imparable que tiene el fútbol para conectar culturas y territorios en el nivel más popular. Quien paseara en 2008 entre los tenderetes callejeros de Chiang Mai, al norte de Tailandia, no encontraría muchas efigies de El Quijote sobre Rocinante, pero sí camisetas rojas de Xavi, Torres o Villa recién conquistada la Eurocopa con Luis. Y si algún lugareño te identificaba como español, todo eran sonrisas y pulgares en alto y felicitaciones. Por eso me parece una estupenda noticia la colaboración de la Liga de Fútbol Profesional y la Universidad de Salamanca, rubricada esa pasada semana en un convenio tan bien intencionado y lleno de posibilidades como, por ahora, hueco. Es lo que tienen los primeros pasos: mucho futuro pero poca concreción.

Dirá Javier Tebas, presidente de la

LFP, que el fútbol también es cultura. Ciertamente lo es en el concepto amplio del término, pero el día en que yo concurre en Pasapalabra no quisiera estar acompañado por futbolistas de Primera División. El futbolista medio, como el bañil medio, se convirtió en profesional desde muy joven y, salvo contadas y honorosas excepciones, no ha tenido posibilidades de llegar muy lejos en su forma-

Esta insólita alianza puede escribir una revolucionaria etapa en la proyección del español y de los valores de la Universidad

ción académica. A cambio, los profesionales que llegan lejos en este deporte tienen la opción de vivir en sus carnes todo un máster de estudios avanzados en marketing y derechos de imagen, convenientemente asesorados por sus equipos, eso sí. Los grandes del orbe futbolístico como Real Madrid, Barcelona, Bayern Munich o Manchester United llevan años convertidos en marcas de una potencia descomunal, más atractivas y reconocibles que la mayoría de los estados de la Tierra. Todo el mundo, y hablo de forma literal, sabe que Cristiano Ronaldo juega en el Real Madrid y que el Real Madrid es un equipo de Es-

paña. Y sucederá lo mismo con Lionel Messi y el Barcelona. Den ustedes por hecho que los siguientes personajes que cualquier ciudadano del mundo asociaría con España son deportistas de elite hasta que se mencionase algún protagonista de la política o la cultura. Por eso el deporte espectáculo, ese que mueve tantas pasiones en los cinco continentes, puede ser un vehículo estupendo para presentar la Marca España y, con ella la Marca Universidad de Salamanca vinculando de forma atractiva ambos aspectos. Y no debe ser algo inverosímil, si una marca de helados confió en un tipo como Andrés Iniesta para vender polos.

La última iniciativa en promoción de imagen que demuestra el poder del fútbol profesional la ha protagonizado el jugador del Barça y de la selección Gerard Piqué, tomado las riendas de la proyección de su propia marca con sus retransmisiones por Periscope, a la que pueden acceder audiencias millonarias impensables para cualquier medio de comunicación. Compartir con el mundo determinadas parcelas de la vida propia en riguroso directo puede convertirse en un arma de doble filo, pero también un medio perfecto para desarrollar una campaña de imagen masiva si se hace con cabeza. La mejor Liga del mundo, o al menos la liga con los futbolistas más populares, y la Universidad más antigua de España preparan una insólita alianza que, como las retransmisiones de Piqué, pueden escribir una revolucionaria etapa en la proyección del español y de los valores que encarna una institución académica como la nuestra. Ojalá se sepa aprovechar.