

Famosos unisex

Javier Cuenllas, de Telecinco, no detecta personajes favoritos entre los hombres. "Informaciones sobre Isabel Pantoja, Jesulín y María José Campanario, miembros de la Casa Real o el desgraciado accidente sufrido por Ortega Cano interesan por igual a los hombres y mujeres que son fieles a nuestros programas", asegura. Entre los futbolistas más mediáticos, Manel Antolí, redactor jefe de *Lecturas*, enumera a Gerard Piqué ("sin duda el top actual por su romance con Shakira"); Iker Casillas, Cristiano Ronaldo y Sergio Ramos, quienes tienen o han tenido novias mediáticas.

como el *Waka-waka*". El periodista añade que mientras que en el Real Madrid, desde Beckham, este fenómeno ya ocurría, "en el Barça no pasaba pero con Puyol y su novia, la modelo Malena Gracia y, en especial, desde Piqué y Shakira, las cosas han cambiado. Además, algunos jugadores del Barça ya siguen los pasos de Beckham, como anunciar ropa... Todo depende de la pareja, por eso", señala. Manel Antolí, de *Lecturas*, también coincide en que la fama de la pareja es crucial para la presencia del futbolista en la zona rosa: "El caso más evidente es el de Messi: pese a ser el número uno del mundo apenas aparece, porque su novia no es mediática".

De todas formas, con novia o sin novia famosa, antes y después de David Beckham, el fútbol y el cotilleo nunca han sido mundos separados. El aluvión de noticias que rodea a este deporte siempre ha sido tan gigantesco, con tantas horas de programación en radio y televisión y tanto espacio en la prensa que, en muchas ocasiones, las informaciones traspasan lo puramente deportivo. Sin embargo, esto se ve como algo completamente normal. A nadie le sorprende que se le dediquen varios minutos de un Telediario a "estar pendientes de la rodilla" de un jugador o a la entrega de coches de lujo a un equipo, ni que se retransmitan programas en directo de las fiestas tras un triunfo o, en perfiles de ciertas estrellas (en secciones de Deportes), se incluyan aspectos de su vida privada como "que acaba de ser papá".

Tampoco se ve anormal que se comenten hasta el agotamiento rifirraves entre entrenadores o que cada vez que se rumorea que se va a fichar a un determinado jugador se dedique a esta probabilidad un gran despliegue informativo. "Los programas de fútbol son un cotilleo total y absoluto", resume la psicóloga María Jesús Soriano. "Este que se discute con el otro, este que lleva tal coche, el otro que va a ganar tanto dinero... ¡Horas y horas! ¿No me digas que esto no es cotilleo?", inquierte esta experta en género, quien añade que, pese a ello, "a estas informaciones en ningún momento se las adjetivarán como chismorreo ni tendrán el elemento peyorativo que tendría la prensa rosa, aunque vengan a ser lo mismo". La psicóloga lamenta que lo que en hombres es interés, en mujeres sea cotilleo: "El elemento de la curiosidad, el interés, se ha aplicado a hombres y mujeres de una forma muy distinta: desde una perspectiva de género en el momento en el que se aplica a las mujeres, es algo devaluado", denuncia.

Lo cierto es que el poder del fútbol es tal que el salto de sus personajes a otras secciones de la actualidad es, en cierto modo, normal. Y quizás contribuya a que el cotilleo deje de ser "cosa de mujeres" o a que cada vez más mujeres se aficionen al fútbol (algo que ya se ha detectado). Sea como sea, es otro buen ejemplo de una sociedad obsesionada con la fama, que rinde culto a las celebridades y de la que los hombres, aunque no lo reconozcan, también forman parte. ■

EL FÚTBOL ES LA PUERTA DE ENTRADA AL COTILLEO MASCULINO

merkal
calzados



Super PACK

49'99€
todo el
PACK

Ahorra
+25%
del

1 Par de Colegial

Niño o niña (a elegir entre 4 modelos)
Talla: 25-40

1 Par de Deportivos

Niño o niña
Talla: 24-34

2 Packs de Calcetines

(a elegir entre 5 packs)
Talla: 23-42

1 Mochila

(A elegir entre 4 modelos)

más de 230 tiendas
www.merkal.com

Promoción Válida desde el 26 de agosto al 25 de septiembre de 2011.

0309 PRENSA ROSA VS DEPORTE.indd15 15

30/08/2011 17:18:05