

























saluda a la cámara como si nos dijera: «Sabía que estabais ahí desde el primer momento». Y advertimos —porque así ha ocurrido a lo largo de nuestra vida— que aparece algo más, el logotipo con la *G* de Gatorade a todo color. El homenaje de despedida al mejor de la historia, con cifras que rivalizan con las de Honus Wagner y Cal Ripken, resulta ser en realidad un anuncio publicitario. Y eso nos deja a todos con cara de tontos.

Jeter es un jugador estelar y ha tenido su recompensa: dinero, sin lugar a dudas (su fortuna se estima en 180 millones de dólares), el cariño sincero de sus fans, numerosas victorias, una gran carrera en un gran club y una reputación intachable, algo no tan común entre los atletas de nuestros días. Sin embargo, le dije a mi amigo que supusiera que la publicidad se hubiera rodado en el campus de Columbia, con Jeter aceptando el homenaje del claustro y los estudiantes porque había decidido ir caminando: ¿esto le sumaría o le restaría méritos para ser distinguido con un título honorífico?, ¿el mercantilismo y la exaltación del anuncio no comprometerían el prestigio de esa gran universidad?

Tal vez sea el autor del film quien merezca ser distinguido. Y quizás él, o ella, hayan estudiado cine en Columbia.

Cito esta peliculita porque está muy bien hecha —aunque resulte a fin de cuentas un tanto deprimente— y porque confirma en buena medida mi argumento: para ver bien una película hay que mirarse a uno mismo mirando.

¿Me estoy excediendo acerca de las bondades de este pequeño anuncio? En un suspiro tuvo dos millones de visitas en YouTube y muchos entusiastas lo consideraron fantástico y alentador. ¿Por qué no deberían los New Yorkers y el resto del mundo alegrarse por Derek y su modesto encanto? Si el anuncio te hizo sentir bien cuando lo viste, nada de lo que yo diga va a quitarte esa sensación. Pero la mezcla de la canción de Sinatra (una elegía a la determinación) y la textu-

