

▷Tocan bien la pelota

Las trasnacionales también juegan en el Campeonato Mundial

BUENOS AIRES, 5 de junio. -- Hay un juego que no emerge con claridad para los aficionados al fútbol; es el juego de las compañías trasnacionales que

realizaron grandes negocios con el Ente Autárquico Mundial, para proveer las necesidades del Mundial y de quienes asisten a los estadios. La agen-

cia IPS investigó que la luz artificial es proporcionada por la Siemens tanto en sistema como en materiales. Solamente en River Plate se instalaron 216 proyectores al último grito de la moda, con alimentación de energía en triplicado, para evitar sorpresivos cortes de luz, tipo montoneros.

Otros estadios fueron iluminados por la Philips holandesa. La Mercedes Benz argentina proveyó 128 unidades automovilísticas. Siemens y Ericsson de Suecia aportaron todos los equipos de comunicaciones, desde télex hasta sistemas de distribución para televisión a Centro y Sudamérica.

La Ford Motors entregó 120 unidades para periodistas, y obtuvo la concesión de un campeonato de habilidades futbolísticas de carácter juvenil, hasta 1983.

Coca Cola organizó un sistema de clases de inglés, para camareros de bares y hoteles; hizo un concurso infantil de impresos futbolísticos y estableció el sistema de publicidad en los estadios.

La Seiko japonesa proveyó todos los relojes de los árbitros, mismos que tendrán que ser devueltos, salvo el reloj de oro que donará al que haya marcado un gol en el menor tiempo posible desde el silbatazo inicial.



Tome... refrésquese... idiotícese con... las compañías, de decenas de productos, tomaron por asalto el Mundial. (fotografía de Miguel Castillo: enviado a Argentina).



Una multitud enajenada, un ambiente propicio para el consumismo alentado por las trasnacionales. Ni el reloj es argentino.