

Messi Bowl: ¿Cómo las marcas lograron un super gol en el mercado del deporte americano?

Ciudad de México, 08 de febrero de 2024. – El próximo 11 de febrero las miradas del mundo estarán totalmente fijadas en dos balones: de fútbol americano y de soccer, debido a que el [Super Bowl LVIII](#) se verá eclipsado por Lionel Messi, y el público latinoamericano que observará un hito histórico para el astro argentino.

Desde el Estadio Allegiant en Las Vegas, Nevada, este evento deportivo será una de las mayores atracciones televisivas en los Estados Unidos, con una gran audiencia masiva. Se espera que millones de personas sintonicen el espectáculo deportivo de las tacleadas para ver el emocionante partido. Aunque todavía no hay cifras oficiales de este 2024, el año pasado [Nielsen](#) reportó que el Super Bowl 2023 fue el segundo partido más visto en la historia tras registrar 113 millones de telespectadores. Como dato, la edición 2015 fue el más visto de todos los tiempos, a tal grado que se anotó en el libro de Récords Guinness.

Ahora, hablemos de Lionel Messi, la estrella del fútbol argentino y jugador del Inter Miami en la Major League Soccer (MLS). Messi no sólo brillará en el campo de juego, sino también en los anuncios publicitarios durante el Super Bowl. En particular, Michelob Ultra ha reunido al campeón argentino junto al Salón de la Fama de la NFL, Dan Marino y Jason Sudeikis, en un comercial de 60 segundos titulado "[Superior Beach](#)". En este anuncio, Messi muestra sus habilidades con la pelota, mientras disfruta de una cerveza en la playa. Su participación en la publicidad le reportará 14 millones de dólares, lo que demuestra su enorme influencia como figura deportiva y su capacidad para atraer la atención de la audiencia en todo el mundo.

La presencia de Messi y la MLS en el Super Bowl es una fórmula segura para las marcas y a los jugadores, además de reflejar el creciente interés de la audiencia latinoamericana, apuntó **Martina Dapena Garay, Regional Leader Southern Cone (Argentina, Chile, Uruguay y Paraguay) de [another](#)**, la agencia de comunicación estratégica con la mayor oferta en América Latina.

El fútbol y la música latinoamericana están en auge, y tanto la NFL como la MLS buscan capitalizar esta tendencia para atraer a más fanáticos y espectadores. En el mundo, Messi es una verdadera leyenda, y su participación en la publicidad del Super Bowl seguramente resonará con los aficionados de toda la región.

Los datos recientes sobre el auge de la música latina en Estados Unidos respaldan la noción de que ser latino está de moda y está generando importantes ingresos en el mercado estadounidense. Según la [Asociación de la Industria de la Grabación de América \(RIAA\)](#), los ingresos de la música latina aumentaron un 15% año tras año, debido a que alcanzaron un récord de 627 millones de dólares en el primer semestre de 2023. Este crecimiento se ha visto impulsado por figuras como Bad Bunny, cuya música ha trascendido fronteras y ha sido ampliamente reconocida. En 2022, "Un Verano Sin Ti" fue aclamado como el álbum del año por la revista TIME y Billboard. Su impacto en la cultura no se detiene ahí, ya que recientemente protagonizó la portada de TIME, marcando un hito al ser la primera vez que esta revista dedicó su portada en español a un latino.

De acuerdo con Dapena Garay, la MLS lleva varios años cocinando este éxito que hoy toca su punto cúlmine con Messi, al trasladar a distintos futbolistas latinoamericanos dentro del mercado estadounidense, como fue el caso de su primer embajador, el Rey Pelé que despertó a la afición en el New York Cosmos en los años 70, o casos más actuales como Carlos Vela, Javier "Chicharito" Hernández, Kaká, Thiago Almada, entre una larga lista de más de 200 artistas del fútbol que han estado en distintos equipos en la liga de Estados Unidos.

La experta subraya que las marcas y empresas pueden encontrar a su Messi, es decir, a esa estrella, influencer o embajador que puede atraer las miradas de miles de clientes, pero es clave trabajar con una agencia de comunicación estratégica, o que cuente con servicios y preparación profesional para retos internacionales.

Finalmente, la especialista afirma que el Super Bowl 2024 promete ser un evento emocionante tanto para los amantes del fútbol americano como para los seguidores de Messi, donde la publicidad jugará un papel fundamental en esta celebración deportiva.

###