

*Goal!* från 2005 är filmen om Santiago Munez, den ödmjuka, fotbollsspelande, papperslösa killen i Los Angeles utkant som en dag likt ett brev från Hogwarts får en möjlighet att börja spela fotboll i England och i Newcastle United.

Det är svårt att skriva något om *Goal!* utan att skriva om mig själv. Jag är sedan länge en bundsförvant till den här filmen, jag har en lojalitet som måste uttalas. Fortfarande visar jag varje ny viktig person i mitt liv den här filmen vid något tillfälle. Inte som en ceremoni eller tradition, utan som ett sätt att förklara en del av mig och min barndom.

Det har gjorts många fotbollsfilm, men inte på det här sättet. Av alla fotbollsfilm är *Goal!* den första amerikanska storproduktionen (med allt vad det innebär). När den kom hade den allt man som liten kille kunde önska sig. Inte bara att stora delar av filmen spelades in på Newcastle Uniteds hemmaplan St. James Park utan även att den har med dåtidens verkligt stora fotbollsspelare. Raul, Zidane och Beckham är bara några av namnen som medverkar i filmen. *Goal!* blev filmen som uppfyllde alla pojkdrömmar.

Det som skapar trovärdigheten i *Goal!* är varumärkena, de varumärken som en liten fotbollsintresserad kille är så van vid att tänka och drömma om. Det slår mig hur ofta Adidas syns i filmen. Visserligen, är det inte så uppseendeväckande med produktplacering i Hollywood, men det här fallet är lite speciellt. *Goal!* är nämligen Adidas projekt i grund och botten. Med en budget på hundra miljoner dollar fick regissören Danny Cannon uppdraget att skapa vad som helt ärlig, bör kallas för reklamfilm. De stora fotbollsspelarna fick inte betalt för sina skådespelarinsatser, utan uppdraget betraktades som en del av deras befintliga reklamavtal med Adidas.

Det är väldigt deprimerande, hur gränsen mellan biofilm och reklam sakta suddas ut. Ännu mer deprimerande är hur Adidas faktiskt lyckades skapa något ingen annan tidigare lyckats med.

De varumärken som figurerar i filmen är som sagt det som gör filmen till det den är, det är Adidas som får en att tro på den. Det är Adidas som får en att verkligen känna hur det är att vara ett fotbollssproffs. På samma sätt som Fifa alltid slagit PES på grund av att dom hade rättigheterna till namnen så slår *Goal!* alla andra fotbollsfilm för ett barn.

Tillbaka till min lojalitet. Jag har svårt att koppla *Goal!* till mitt filmintresse, det är lättare att få den passa in i mitt fotbollsintresse. Min relation till den här filmen påminner mer om att heja på ett fotbollslag än att tycka om en film. Ursäkringarna och bortförklaringarna den kräver från mig påminner precis om hur jag känner när delar av AIKs klack ropar rasistiska påhopp. Men jag hejar på *Goal!*, och jag kommer likförbannat visa den här filmen för mina barn och antagligen (förhoppningsvis) kommer dom inte älska den på samma sätt som jag gjorde.

