

FUTBOL

El Beckham español

FERNANDO TORRES, TITULAR ESTA NOCHE CON LA SELECCION, ES EL MOTOR COMERCIAL DEL ATLETICO DE MADRID ● EL 70% DE LAS CAMISetas QUE VENDE EL CLUB ROJIBLANCO LLEVA SU NOMBRE

JAIME RODRIGUEZ

MADRID.- Un chaval de Fuenlabrada, jugador de fútbol del Atlético de Madrid, se dio cuenta de que su vida había cambiado de verdad una tarde hace año y medio. Entonces ya era el referente del Atlético de Madrid y comenzaba a viajar con la selección española. Mil veces le habían parado para pedirle autógrafos o fotografías. Sin embargo, el golpe de la fama lo sintió en un famoso centro comercial de Madrid. Aquel día estaba en La Vaguada con la intención de comprarse unas zapatillas nuevas. Algo sencillo, dentro de la rutina de un joven de menos de 20 años. Pero el paseo terminó en tumulto. Gritos, carreras, fans cerrándole el paso... El caos llegó a tal extremo que se tuvo que cerrar la instalación para que él y su compañero de visita, Dani Martín, vocalista de El Canto del loco, pudieran salir sanos y salvos.

Fernando Torres comprendió entonces que su figura había traspasado los estadios de fútbol. Iba mucho más allá. Siendo uno de los mejores jugadores de España, su impacto mediático compete con estrellas futbolísticas con trayectorias de mayor recorrido. Ha conseguido convertir-

Ingresa más de ocho millones de euros brutos al año entre el fútbol y sus patrocinadores

se en titular de la selección (hoy compartirá ataque con Raúl ante Lituania) y en un icono social en la peor época del Atlético de Madrid. Sus méritos personales (máximo goleador nacional en las dos últimas temporadas y 17 veces internacional con la selección) no se han visto acompañados por título alguno con su club del alma. Incluso así, los mejores equipos de Europa le quieren, las marcas se pelean por él, los medios piden turno durante meses para entrevistarle y le llueven las invitaciones para saltar al mundo del espectáculo. Es el Beckham español.

Por fortuna para su intimidad, aún no llena páginas de información rosa como lo hace su colega inglés, pero en las revistas para adolescentes su foto es un reclamo habitual. El buscador de Internet Google ofrece 1.210.000 páginas referentes a Torres en apenas 0,13 décimas de segundo, una cifra similar a la de Zidane y superior, por ejemplo, a Ronaldinho, el Mejor Jugador del Mundo, según la FIFA. En ese millón y pico de enlaces destaca su web, www.fernando9torres.com. Cumple los requisitos para ser considerado un *galáctico*, el término acuñado para definir a las estrellas compradas por Florentino Pérez. También se acerca

en sus emolumentos. El Atlético de Madrid paga a su buque insignia más de siete millones brutos por temporada. Unos 1.200 millones de pesetas. A los que habría que sumar el 15% más que obtiene de la publicidad. Hablamos, por tanto, de unos ingresos anuales por encima de los ocho millones de euros antes de impuestos. Un poderoso sueldo que le sitúa entre los deportistas españoles mejor pagados, después de Gasol, Fernando Alonso o Raúl.

La entidad rojiblanca quiere que su capitán esté a gusto en Madrid hasta, al menos, 2008, fecha en que finaliza su actual contrato. Porque Torres para el Atlético es mucho más que un delantero centro. No tiene precio. O quizá sí, pero muy alto, siempre por encima de los 70 millones de euros. Les da igual que el Chelsea esté dispuesto este verano a poner más de 40 millones encima de la mesa, por petición expresa de José Mourinho, que ve en el madrileño al *nueve* europeo del futuro.

«Es el único jugador capaz de robar portadas de los diarios deportivos al Real Madrid. Es así. Tiene tirón. A nuestro estadio viene mucha gente sólo por verle. Es nuestro gran valor», reconoce Emilio Gutiérrez, el director de comunicación y marketing del Atlético. La fuerza de atracción de *El Niño* la comprueban en los despachos del Vicente Calderón cada día. Esta temporada, el goleador lució en una rueda de prensa una camiseta con el lema *Bendita afición*, haciendo un guiño de agradecimiento a la sufrida hinchada atlética. A la mañana siguiente, en la tienda del club se vendieron 500 unidades de la prenda. «Es nuestro motor comercial. Gran parte de los convenios y contratos le tienen como enganche. Es un activo con una cotización al alza permanente», dice Emilio Gutiérrez.

Hay más ejemplos de su influencia en las arcas rojiblancas. El 70% de las equipaciones oficiales que se compran del Atlético tienen el nombre de Torres en el reverso, lejos de Perea, el segundo *favorito* de los seguidores. Y meses atrás, la marca deportiva Joma realizó una importante oferta para vestir al equipo en las próximas temporadas. «La condición? Que Torres dejara Nike, su patrocinador, para fichar por Joma.

La operación se frustró porque Nike apretó fuerte por el delantero. Nadie se quiere desprender de él. «Fernando es un gran profesional que arriesga en el terreno de juego, que lidera un equipo y que, sobre todo, ilusiona. Además de tener un físico y una actitud que le mejoran. Es un ídolo entre los adolescentes y desprende una actitud y un estilo, muy acorde con nuestra imagen y filosofía de marca», explica con detalle Judith Rubinat, del departamento de patrocinios de Nike.

Sigue en página 53



Fernando Torres posa en el túnel de vestuarios del Vicente Calderón. / ANTONIO HEREDIA



Fotograma de un 'spot' rodado para Pepsi. / EL MUNDO



El futbolista, en una aparición en la serie 'Siete Vidas'. / TELECINCO