

Gravesen y Robinho se calentaron en el entrenamiento y Capello los echó



1 EURO MIÉRCOLES 2 DE AGOSTO DE 2006 NÚMERO 27.020

MAT CON EL ATLETI EN SHANGHAI

→ Una imagen del 'Niño' ilustra el cartel del torneo que los rojiblancos disputarán en China



→ Manchester City, Kashima, Antlers y Shanghai Shenhua serán los rivales y Cuatro dará en abierto los partidos del Atlético

ICONO TORRES

La expedición atlética encontró 35 grados de temperatura y mucha humedad



Javier Aguirre combatió el 'jet lag' del largo viaje con una doble sesión de entrenamiento

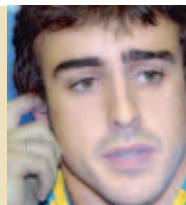
→ MÁS ATLETI

El sobrino de Leivinha, en la agenda rojiblanca



→ F1 GP DE HUNGRÍA

Renault repescará la versión antigua del R26



→ CICLISMO

La testosterona de Landis era sintética





OPINIÓN



Jesús Hernández
Periodista

Objetivo: otro recibimiento

Más de uno se habrá sorprendido al ver las fotos de la llegada del Atlético a Shanghai. Había mucha menos expectación que cuando se desplazan a cualquier ciudad española. Nada que ver con los multitudinarios recibimientos -con regalo de collares, incluido- que se hacen a equipos como Real Madrid o Barcelona. Un detalle que pone de relieve el enorme trabajo que tienen por hacer Gil Marín y su grupo para conseguir la conquista de un país que se decanta por otros clubes. Pero sí en algo son galácticos en el Atlético es en el terreno publicitario. La gente del club sabe manejarse en este terreno y seguro que hoy dejan boquiabiertos -como hicieron con los miembros del jurado de Cannes con su anuncio de 'Osvaldito'- a los empresarios chinos cuando les expliquen el enorme beneficio que les puede reportar la explosión de la marea rojiblanca en tierras chinas. Para vender camisetas en el lejano Oriente y ser una empresa rentable a los ojos de los empresarios locales, el Atlético necesita provocar bienvenidas como las que se le dispensan a otras entidades. Y eso se hace con presentaciones como la de hoy, pero también consiguiendo éxitos a nivel deportivo. Los aficionados al fútbol se aproximan a los equipos que logran repercusión mundial gracias a sus títulos. Los jugadores que venden camisetas son aquellos que ganan torneos. Y en este punto aún flaquea el Atlético. El objetivo tiene que ser el de regresar a Shanghai en unos años y recibir el calor de la afición. Sería un significativo síntoma de que nos encontramos ante un Atlético con títulos y cuyo tirón en Oriente va más allá de la presencia de Torres en sus filas ●

➔ Una imagen del 'Niño' sirve para ilustrar el cartel del torneo internacional que disputará el Atlético en China

Torres, el icono rojiblanco

➔ Fernando Torres es sin duda la figura más internacional del Atlético de Madrid. Su peso y talla mundial se comprueba cada vez que el equipo rojiblanco sale fuera de nuestras fronteras. Shanghai y China no iban a ser menos y el 'Niño' ya ocupa su puesto de privilegio en el escaparate oriental.

El cartel anunciador del Shanghai International Football Tournament 2006 es un fiel reflejo del tirón que tiene el '9' en este país. No en vano, una imagen suya del año pasado sirve para completar e ilustrar dicho cartel de este torneo internacional en el que se estrena el Atlético, si bien no es el primer equipo español que participa en un certamen que cada vez busca conjuntos y clubes con atractivo.

Y el Atlético tiene ese tirón y esa cuota de mercado gracias a sus figuras como Torres. La presencia de Agüero, Maxi, Costinha, Leo Franco, Seitaridis, Pablo, Perea, todos ellos internacionales, le otorga al equipo colchonero un peso ineludible en la escena mundial.

Un referente

Fernando Torres ya es un referente para el extraordinario mercado

oriental y en los últimos años su aparición en los medios de comunicación, sobre todo japoneses, pero también chinos y coreanos es constante. Además, su participación en el pasado Mundial le ha convertido en centro de atención para los aficionados orientales que ven al 'Niño' como un nuevo icono con el que identificarse.

Su juventud, imagen y su nivel mediático alcanzado gracias no sólo a su rendimiento futbolístico (en el Atlético y con la selección española), sino a los acuerdos comerciales con las firmas que representan (Nike principalmente) le han puesto como el más claro reclamo y referente del equipo colchonero allá donde va. De hecho, la presencia de Fernando Torres era fundamental en este torneo y su nombre estuvo presente en la negociación que Telemadrid llevó a cabo para intentar retransmitir los dos partidos del Atlético en Shanghai. Que Torres estuviera era condición sine qua non para que los partidos pudieran verse a través del canal autonómico, si bien finalmente será Cuatro el que ofrezca las evoluciones del Atlético de Aguirre en este torneo ●

アトレティコ・マドリッド
マンチェスター・シティ
上海申花
鹿島アントラーズ

2006上海国際サッカートーナメント
8月4日・6日 上海虹口サッカー場

日本人サポーター専用席観戦チケット
(280円・360円・460円) 観戦チケットは、同日開催の2試合が観戦できます。

上海イプラザにて大好評販売中!
上海市延安西路2201号 上海国際貿易中心208室 営業時間/月～金の10:00～18:00

お問い合わせ: (021) 6275-3694

Torres es el principal reclamo para que la afición china acuda a presenciar el torneo FOTO: J.A.S