



«Me da igual cómo vaya vestido porque lo importante es que siga ganando»

> JUAN AVENDAÑO
> EXTENISTA



«A mí sólo me importa que gane; lo demás no tiene que ver con el tenis, no tiene interés»

> EMILIO SÁNCHEZ VICARIO
> EXTENISTA



«Me gustaba más antes: clásicos hay muchos y a Rafa le iba lo de la musculatura»

> JOAN BALCELLS
> EXTENISTA



«Muchas veces los deportistas necesitan aires y motivaciones nuevas, me gusta»

> FONSI NIETO
> PILOTO DE SUPERBIKES



«Me da lo mismo la vestimenta, es un tema de marketing: le da seriedad y madurez»

> PATO CLAVET
> EXTENISTA



«No creo que el diseño de la indumentaria sea importante para el rendimiento»

> VICENTE DEL BOSQUE
> SELECCIONADOR DE FÚTBOL

mánager de Rafa, considera necesario. La idea es conseguir una apariencia más parecida a Roger Federer, el dueño del circuito en los últimos años, cuya imagen ha trascendido del deporte con una enorme capacidad para generar dinero hasta unas cotas a las que Nadal, por el momento, no llega. El suizo en 2008 tuvo una recaudación de 35 millones de dólares en premios y patrocinios.

Nuevo 'look' como inversión

«Para que las ganancias de Nadal suban, tiene que acceder a nuevos patrocinadores», declaraba, hace pocos días, Costa a la revista *Time*. Comercialmente, la imagen del manacorí estaba asociada previamente a la gente joven, una concepción que su entorno quiere cambiar. «El necesita ser el tipo de persona en la que se puede pensar como embajador, más que como un niño», explica su mánager, que entiende la transformación como una inversión hacia nuevos patrocinadores que prefieren asociar su marca a una imagen menos radical.

Su tío Miguel Ángel, ex futbolista del Barça, refuerza este propósito. «Rafa llevaba desde muy joven con el mismo aspecto. Con el tiempo, la gente va cambiando y sus gustos se han modificado. Además, también hay que tener presentes los motivos comerciales. Pero ya lo tenían decidido antes del número uno».

En Nike entienden que unos centímetros de tela no cam-

«Si quieres ser el de antes, córtate el pelo»



Juan Carlos Ferrero.

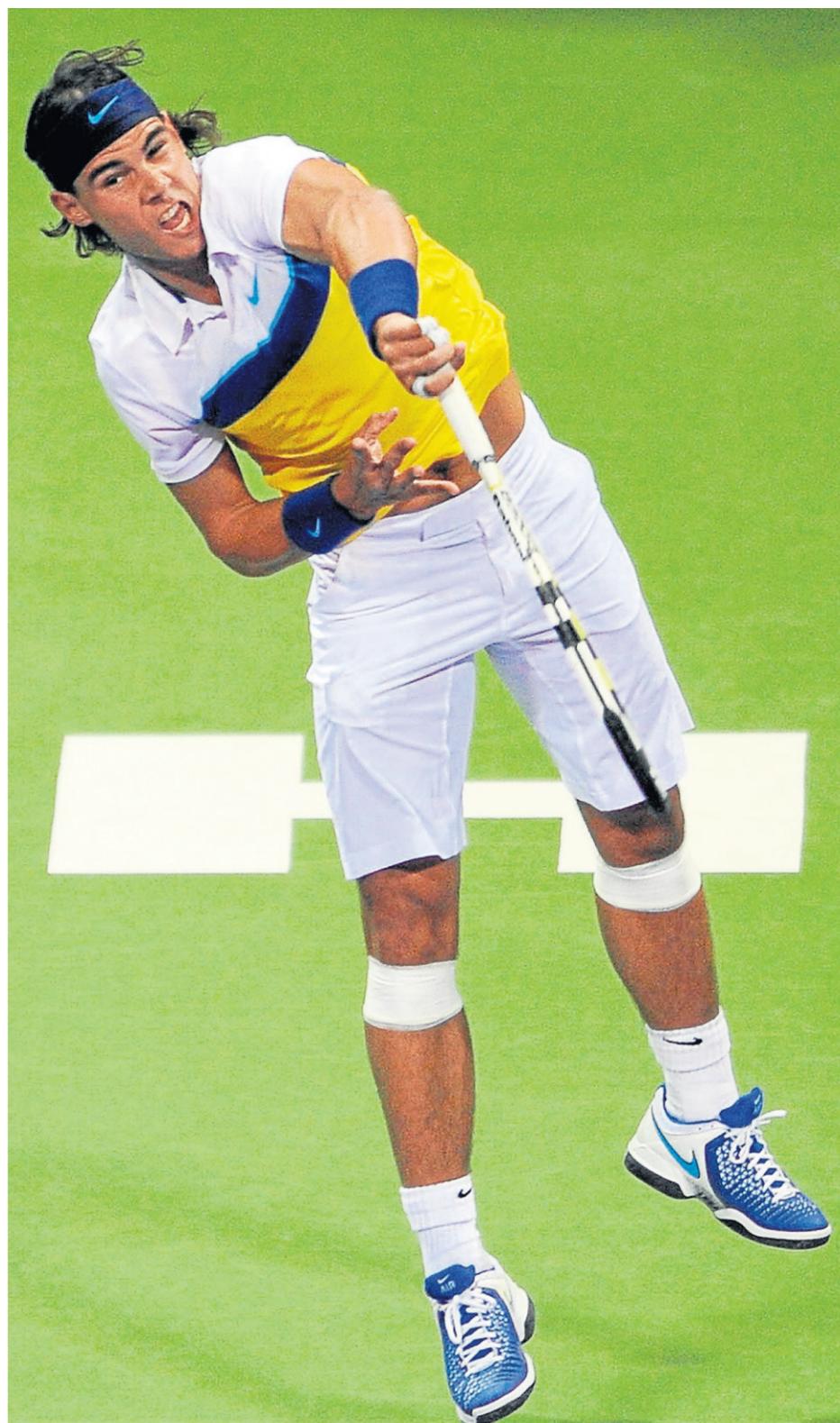
En el regreso de Ferrero, a finales de 2007, con Antonio Martínez Cascales, el técnico con el que consiguió ganar en Roland Garros y proclamarse número 1 le impuso una condición para recuperar su ranking. «Si quieres volver a ser el de antes, tienes que regresar a tu imagen de entonces. Córtate el pelo, quítate la cinta y sacrificate». Juan Carlos aceptó la obligación de Cascales sin condiciones. «Juan Carlos necesitaba volver a sentirse competitivo. Necesitaba verse en el espejo y sentir que era el mismo jugador al que no le costaba ganar», reflexiona Cascales, que acompañó al cambio de imagen con el visionado de antiguos partidos de Juan Carlos en los Roland Garros de 1999 y 2000. La involución en su 'look' llevó a situarle en el puesto número 15 de la ATP en febrero de 2008, su mejor ranking desde 2006.

bian la esencia de Rafa. «El seguirá siendo el apasionado español de la isla de Mallorca», defiende la marca de Oregon, que asocia los nuevos tonos (azul claro, púrpura, naranja y blanco) previstos de su equipación «al carácter vibrante de la isla de Mallorca. Es cierto que tiene una impronta más templada, que transmite una imagen más madura, sin renunciar a los rasgos apasionados de un tenista genuinamente mediterráneo», subrayan en Nike, cuya estrategia con Federer presenta diferentes argumentos: «Roger es la eficiencia y la precisión».

Un punto de transgresión

«Nike ya tiene cubierto el cupo del clasicismo con otros jugadores muy brillantes», asevera Jordi Ribas, director creativo de la agencia de imagen Novo Moda. A su juicio, Rafa, por mucho que ahora vista unas prendas más clásicas, «será diferente al resto porque siempre ha tenido un punto de transgresión».

Ribas considera que las modificaciones no dependen tanto de la marca como del jugador. «Nike no puede obligar a nadie que sea número 1, como Rafa, que vista de una manera concreta. Lo importante es que cumpla sus objetivos», incide. Ya sucedió hace años con Agassi. Su imagen radical, de melena alborotada, tejanos y camisetas *warholianas*, mudó a finales de los noventa con dos triunfos en Australia. *



De clásico, Nadal no es Nadal

Análisis

PATRICIA RAMÍREZ / ZORAIDA RODRÍGUEZ

Rafael Nadal es el Sansón entre los tenistas, símbolo de fuerza, energía, valentía y coraje. Su imagen lo dice todo. Cuando ves a Nadal entrar en la pista, un escalofrío te recorre el cuerpo. Algo te dice «tiembla» y tú sabes bien por qué. La visión que damos a los demás de nosotros mismos se forma a través de cómo nos comportamos, lo que decimos, pero también de la imagen que proyectamos a través de nuestro estilo, de nuestra forma de vestir, de nuestra apariencia. Y la imagen de Nadal ha cambia-

do. ¿Le habrán quitado su fuerza igual que a Sansón?

Desde que se han desterrado las camisetas sin mangas y se viste como cualquier otro tenista, Nadal no ha sido el mismo. Nadal rompió los cánones del tenis no sólo por su maestría en el juego, sino también por su estilo rebelde e inconformista a la hora de vestir: transmitía fuerza, poder, una exhibición de atrevimiento. Era diferente, como también lo es su juego. Si le quitan eso, parece que nos han quitado a Nadal. Si a Nadal lo vestimos como a Fred Perry, se acaba *La Furia Nadal*.

Y, aunque habría que preguntarle también a él, puede ser que Nadal opine lo mismo

que nosotros: que nuestra imagen es parte de nuestra personalidad. El hecho de cambiar según qué hábitos, entre los que se incluye la forma de vestir, puede influir de forma negativa. Nadal es sus pantalones piratas y sus hombros al descubierto. Es un símbolo de fuerza y energía. Cuando modificamos algo muy nuestro, es muy probable que la inseguridad y la falta de confianza se adueñen de nosotros. Por ahora, lo que sí está demostrado es que Rafa, de clásico, no ha conseguido los resultados que daba *La Furia Nadal*.

Lo importante es que crea que la furia la tiene él.

* PSICÓLOGAS DEPORTIVAS DEL MALLORCA Y DE PAQUILLO FERNÁNDEZ

DOHA 2009

El azul, un color que le acompañará durante todo el año

> NO HABRÁ CAMBIO DE MUÑEQUERA Y CINTA

Las muñequeras y la cinta del pelo (en 2008, alternó en pocas ocasiones con un pañuelo) son los únicos rasgos de la antigua imagen de Rafa que no desaparecerán en este año. Eso sí, con independencia de los cuatro colores que

predominarán en los polos de Rafa, el mallorquín siempre lucirá una cinta y muñequeras azules.

> IDEAS PROPIAS

«La idea del cambio surgió del propio Rafa», explica Benito Pérez Barbadillo, jefe de prensa del número 1. «Esto no es lo mismo que rehacer la botella de Coca-

Cola. Rafa tiene una idea clara de lo que quiere ser. Sus gustos han cambiado», subraya Barbadillo. Por el momento, a pesar de que los pantalones son más anchos que los piratas, Nadal conserva uno de sus gestos típicos antes de cada servicio: el pellizco a sus calzoncillos.