

LOS DEPORTISTAS MÁS RICOS. Clemente FERRER ROSELLÓ*

LOS famosos, populares efímeros, nos saludan desde las pantallas de la televisión, las páginas de las revistas y periódicos, las ondas radiofónicas. Las vallas publicitarias están llenas de caras famosas.

La tentadora oferta lleva a que los personajes más conocidos del mundo saluden al público desde el escaparate publicitario para dar consejos de las excelentes cualidades de los productos.

La lista de los famosos que han aparecido en las campañas publicitarias es muy numerosa: Kate Moss Nicole Kidman, Catherine Zeta-Jones, Angelina Jolie, Julia Roberts, Penélope Cruz, Karlos Arguiñano, Fernando Alonso, Claudia Schiffer, Iker Casillas, Fernando Torres, Tom Cruise, Rafa Nadal, Brat Pitt, Dani Pedrosa, Matías Prats, Antonio Banderas, David Bisbal, Roberto Carlos, Isabel Preysler, Madonna.

Según la revista Sports Illus-

trated, del mes de julio, los ingresos de Tigre Woods, golf, es de 76,1 millones de euros; Michael Schumacher, Fórmula 1, está en 62,4 millones de euros; Valentino Rossi, motociclismo, ingresa 23,4 millones de euros; Ronaldinho está en los 22,7 millones de euros; David Beckman, fútbol, se encuentra en los 17,9 millones de euros; Roger Federer, tenis, está en 17,2 millones de euros y Ronaldo ha bajado a 16,8 millones de euros. Éstos son alguno de los depor-

tistas más ricos.

La idea publicitaria es clara y sencilla. Se trata de unir popularidad y el éxito de un personaje al producto que se propaga. Se espera que el público identifique la notoriedad del hombre y de la mujer popular con el servicio del producto anunciado. Es como acercarse al personaje cada vez que se compre el producto. Casi es comprar un famoso en lugar de comprar un producto. Este tipo de campañas se estudian con

todo detalle y, normalmente, produce un considerable impacto publicitario.

Puede suceder que algunos famosos en sus comportamientos públicos o en su vida diaria puedan tener algunos aspectos negativos, que el público puede asociar con el producto que anuncian.

***Clemente FERRER ROSELLÓ.** Presidente del Instituto Europeo de Marketing, Comunicación y Publicidad.