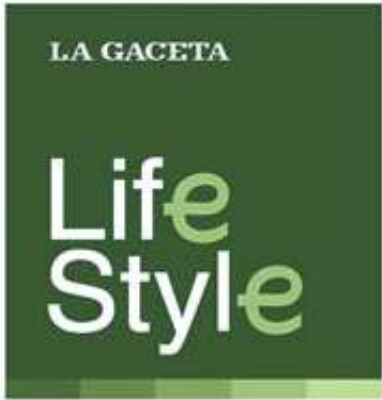




DOMINGO 6 DE SEPTIEMBRE DE 2026
PÁGINA 22

SOL GARCÍA HAMILTON @solchugh
PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA

FERNANDA BRINGAS @muy_fer
PRODUCCIÓN GENERAL



En la primera ronda, ante Roman Safiullin, ganó en sets corridos y dijo que estaba feliz de haber jugado sin dolor. En la segunda, Jaime Faria le sacó el primer set y durante un rato el partido tuvo esa incomodidad lógica de alguien que vuelve a competir con el cuerpo todavía vigilado. Después Alcaraz aceleró, ganó 4-6, 6-0, 6-3 y 6-2, y terminó el partido con 43 tiros ganadores.

Pero lo interesante de Alcaraz en este US Open no estuvo solamente en el resultado. Mientras recuperaba ritmo dentro de la cancha, alrededor suyo vuelve a aparecer una idea que él ya había dejado planteada. No quiere ser un esclavo del tenis. La pregunta, entonces, no es solo si puede volver a ganar en Nueva York, sino qué tipo de campeón se está construyendo detrás de esa frase.

Nuevo corte de pelo, Serena Williams y Nike

Antes de que su tenis volviera a ordenar la conversación, Carlos Alcaraz ya había entrado al US Open por otro lado. Esta vez fue el pelo. Después del corte rapado que se había vuelto tema en el torneo anterior, el español apareció en Nueva York con una melena más larga y una vincha fina de Nike. Para GQ, ese regreso fue una serie de detalles que iban más allá del resultado, entre la manga de compresión, el Rolex Daytona y las zapatillas. El cambio muestra hasta qué punto su imagen se mira con la atención que antes estaba reservada casi únicamente para sus golpes.

En esos mismos días, Alcaraz compartió cancha con Serena Williams durante la Fan Week. Jugaron juntos el dobles mixto con equipos coordinados en violeta, una estética que el sitio oficial del torneo vinculó con los New York Knicks y con el cruce entre tenis, básquet y moda urbana. La dupla ganó en primera ronda ante Erin Routliffe y Lloyd Glasspool y después cayó en cuartos frente a Belinda Bencic y Flavio Cobolli. El dato deportivo terminó conviviendo con una imagen más grande, la de Serena y Alcaraz como encuentro entre dos generaciones y dos formas de entender el espectáculo.

Después apareció Nike, una marca con la que Alcaraz trabaja desde 2019 y que, según Sports Business Journal, en 2024 le renovó el contrato con la promesa de desarrollar una identidad visual propia para él. En este US Open, esa relación sumó otro capítulo cuando salió a jugar con piezas de Cactus Court, la colección que Nike y Travis Scott presentaron alrededor del torneo. El look completo fue una remera marrón en degradé, shorts con vivos blancos, vincha, medias a tono y unas Nike Zoom Vapor 12 diseñadas dentro de la colaboración.

Esto no se trata solo de vestir a un tenista, sino de usar a Alcaraz como puente entre el alto rendimiento, la cultura sneaker y una audiencia que lee el deporte también desde la música y la moda.

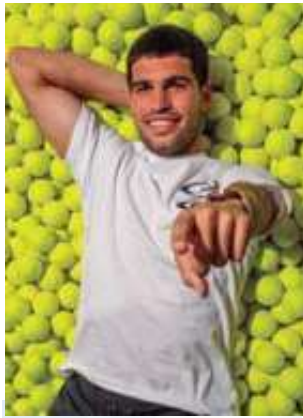
Del lujo al negocio, ¿por qué las marcas lo quieren?

La relación de Alcaraz con la moda no nació esta semana. Louis Vuitton lo nombró embajador en 2023, cuando su carrera ya estaba instalada en el centro del circuito, y desde entonces su imagen empezó a moverse entre el tenis, las campañas y las revistas. En 2026, Vanity Fair lo incluyó en su número global dedicado al deporte y lo fotografió sobre arcilla con Louis Vuitton, Nike y Rolex.

Forbes también ayuda a medir esa dimensión comercial. En su lista de los tenistas mejor pagos de este año, ubicó a Alcaraz con ingresos estimados en 53,7 millones de dólares, de los cuales 38 millones provenían de acuerdos fuera de la cancha. Entre sus sponsors también aparecen Calvin Klein, Babolat, BMW, Evian, Infosys y Ant International.

La cifra importa, pero las marcas no lo buscan solamente porque gana. Lo buscan porque su figura permite contar algo menos rígido que el sacrificio puro. Alcaraz tiene resultados, juventud y una forma de estar en público que no parece inaccesible. En él conviven las marcas de lujo y los títulos grandes junto con la imagen de un chico de Murcia que todavía necesita divertirse para competir mejor.

En Vanity Fair, Pharrell Williams, director creativo de Louis Vuitton Men's, dijo que lo que vuelve interesante a Alcaraz es la emoción que lleva al juego, una mezcla de alegría, espontaneidad y arte. La



mero uno y era feliz, y que también era feliz siendo número tres. En esa misma entrevista, cuando le preguntaron si disfrutar de la vida y aspirar a ser el mejor de la historia podían convivir, respondió que estaban “en el camino de descubrirlo”.

Esa frase explica la polémica que se abrió alrededor de la serie. La idea de no convertirse en un esclavo del tenis generó debate e incluso llevó a Nadal a opinar sobre el tema. El tenista dijo que, conociendo un poco a Carlos, el documental no reflejaba “su personalidad ni la forma en que vive su carrera”, y aclaró que Alcaraz es “un gran profesional”.

Además, esa conversación llega en un momento en el que el deporte de alto rendimiento habla cada vez más del desgaste mental de competir todo el año. El mes pasado, el Comité Olímpico Internacional publicó una actualización de su consenso sobre

frase no viene de un entrenador ni de un extenista, sino de alguien que mira el deporte desde la moda y la cultura.

Ahí está una de las claves de su atractivo. Federer representó durante años la elegancia en el tenis; Nadal encarnó la intensidad física y una ética de sacrificio; y Djokovic quedó asociado a la resistencia, la precisión y la pelea contra la historia. Alcaraz, en cambio, tiene títulos suficientes para estar en la conversación grande, pero su marca se apoya en algo menos solemne, con una alegría visible, un tenis de estadio y de clip, y una contradicción que las marcas leen rápido. Trabaja como campeón, pero no quiere venderse como alguien condenado a sufrir.

Netflix, comida y la curiosidad por mirar detrás del partido

La serie documental “Carlos Alcaraz: A mi manera”, estrenada por Netflix en 2025, abrió otra puerta. La plataforma presentó el proyecto como el retrato de un jugador que intenta equilibrar la presión de una carrera meteórica con las ganas de vivir como cualquier veinteañero. Los episodios se meten en su casa, su entorno, sus lesiones, sus días libres y el debate sobre si es posible llegar a la cima sin convertir cada minuto de la vida en parte del entrenamiento.

Esta serie responde a una curiosidad muy actual. Hoy, al público no le alcanza con ver al deportista durante el partido. Quiere saber qué hay detrás, qué come, cómo entrena, quién lo acompaña, cómo se recupera, qué hace cuando se apagan las cámaras de la transmisión y cuánto de esa vida soñada se parece realmente a una vida normal.

En ese mismo interés por el backstage entra la alimentación como parte de lo que hoy se quiere conocer de un deportista. En una entrevista con ATP en 2022, Alcaraz contó que no seguía una dieta estricta, aunque sí intentaba cuidarse. Habló de pescado, pasta, arroz, ensaladas, sushi y algunos permisos ocasionales como hamburguesa o pizza. Más recientemente, ATP entrevistó a Alex Ruiz, nutricionista que trabaja con su equipo, y allí explicó que la alimentación de un tenista se ajusta según descanso, viajes, clima, horarios y duración de los partidos.

En GQ España, al hablar del documental, Alcaraz dijo que no estaba obsesionado con ser el mejor del mundo. Recordó que había sido número uno y era feliz, y que también era feliz siendo número tres. En esa misma entrevista, cuando le preguntaron si disfrutar de la vida y aspirar a ser el mejor de la historia podían convivir, respondió que estaban “en el camino de descubrirlo”.

Esa frase explica la polémica que se abrió alrededor de la serie. La idea de no convertirse en un esclavo del tenis generó debate e incluso llevó a Nadal a opinar sobre el tema. El tenista dijo que, conociendo un poco a Carlos, el documental no reflejaba “su personalidad ni la forma en que vive su carrera”, y aclaró que Alcaraz es “un gran profesional”.

Además, esa conversación llega en un momento en el que el deporte de alto rendimiento habla cada vez más del desgaste mental de competir todo el año. El mes pasado, el Comité Olímpico Internacional publicó una actualización de su consenso sobre

El efecto Alcaraz: moda, alegría y una nueva forma de ser campeón

Carlos Alcaraz volvió al US Open con una lesión todavía cerca. No jugaba desde hacía varios meses por un problema en la muñeca y, antes del torneo, había reconocido que la incertidumbre de la recuperación le había pesado mentalmente. Nueva York, además, no es un escenario cualquiera para él. Allí ganó en 2022 su primer Grand Slam y se convirtió en el número uno más joven de la historia del ranking masculino, dos datos que explican por qué cada regreso suyo a Flushing Meadows trae algo de aniversario.

salud mental en atletas de élite y señaló que los síntomas y trastornos de salud mental son comunes en ese grupo, pueden tener causas vinculadas al deporte y también impactar en el rendimiento.

En el tenis, Iga Swiatek lo resumió hace poco en Wimbledon con una frase simple, “no soy un robot”, mientras otros jugadores del circuito también vienen hablando de presión, nervios y calendario. Y hace unos días, Alcaraz volvió sobre ese punto después de ganarle a Faria. Dijo que en el futuro planea tomar descansos más largos, quizás de uno o dos meses, y saltarse algunos torneos porque “es imposible jugarlos todos”.

El campeón también necesita escapar

El otro costado del efecto Alcaraz aparece cuando no está compitiendo. Forbes publicó este año que el español está construyendo un catamarán Sunreef de 88 pies, pensado como un espacio para descansar en el mar con familia y amigos. El barco aparece con ese deseo de desconectar, recuperar energía y tener un lugar propio lejos del circuito.

Ibiza forma parte de la misma imagen. Después de Roland Garros 2025, Alcaraz hizo una escapada a la isla antes de Queen's, y el propio jugador explicó que sus amigos iban todos los años y que él también necesitaba ese momento. La BBC recogió otra frase de esa etapa, cuando dijo que el viaje había sido más tranquilo y que le había servido para recuperarse física y mentalmente.

Esa búsqueda de desconexión también aparece en los deportes que elige cuando no está compitiendo. En una entrevista con Vogue, contó que juega mucho al golf, que le gusta el pádel y que no practica fútbol porque le resulta demasiado demandante para un tenista. ATP, de hecho, publicó durante el US Open 2025 que el golf se había vuelto una vía de escape para él, con días libres usados para salir al campo e incluso con sus propios palos viajando cuando el calendario lo permite. En marzo, la Federación Internacional de Pádel también lo ubicó en Miami Premier Padel P1, donde bromeó con una hipótesis muy de época para el deporte español: él y Sinner contra Tapia y Coello.

Esa vida fuera de la cancha explica por qué resulta atractivo para las marcas. Alcaraz no vende únicamente sacrificio, sino qué vende rendimiento con vida alrededor. En un momento en que muchas audiencias jóvenes desconfían del éxito contado como castigo, su relato funciona porque no oculta la contradicción.

Pero, además, funciona porque hay una palabra que vuelve en casi todos los perfiles sobre él: alegría. Serena Williams, en una entrevista con Elle, dijo que Alcaraz lleva mucha alegría a la cancha, y él mismo explicó en esa cobertura que cuando disfruta y sonríe suele jugar su mejor tenis.

Ese rasgo, que en otro deportista podría quedar como una frase simpática, en su caso ya forma parte de una identidad. El año pasado, Alcaraz ganó el premio Stefan Edberg a la Deportividad, una distinción que reconoce juego limpio, profesionalismo e integridad dentro y fuera de la cancha. La elección fue definida por el ATP No. 1 Club, integrado por jugadores actuales y retirados que alcanzaron el nú-



mero uno del mundo.

Por eso su figura no se agota en la comparación con otros campeones. Alcaraz puede entrar en la línea histórica de Federer, Nadal y Djokovic, pero pertenece a una conversación más amplia, en la que el atleta no solo gana, sino que también se deja mirar y contar fuera de la cancha sin que eso le quite autoridad deportiva.

En un deporte que suele premiar la repetición, el control y la renuncia, él propone una versión más contemporánea del campeón. Uno que todavía quiere ser el mejor, pero que también entiende que la alegría y el disfrute, lejos de ser una distracción, pueden ser parte de su manera de competir.



PUEDEN SEGUIRNOS EN
@lagacetalifestyle