

LA CARTA  
DE LA DIRECTORA

Sígueme  @MartaMichel  @marta.michel

# Las influyentes

**Si los personajes célebres no ayudaran** de forma decisiva a vender los productos que anuncian, las marcas no se gastarían un dineral en contratarlos. Obvio. Las cifras astronómicas que se barajan cuando se trata de vips de fama mundial –como deportistas de élite exhibiéndose en calzoncillos– marean. Pero tampoco es despreciable la tarifa de una actriz española por protagonizar una campaña nacional: unos 100.000 euros. Están bien invertidos –me comenta el responsable de una marca de lujo–, porque tienen un retorno asegurado. También hay otra forma de que una *celeb* suba las ventas de una firma y que a esta le salga gratis: si ella elige voluntariamente llevar una cazadora, un bolso o unos zapatos y las cámaras difunden esa valiosa imagen al mundo. Miles de personas agotarán la prenda en pocas horas. Así ocurre cuando Kate Middleton aparece con un vestido de Zara. Rotura de *stock*. Al diseñador Felipe Varela le tocó la lotería cuando la Reina Letizia lo eligió como modisto de cabecera. Nunca podría haber soñado con una repercusión mediática global tan mayúscula sin mover un dedo en la promoción de sus colecciones ni aparecer jamás en la prensa. Su vuelta a los desfiles de la *fashion week* de Madrid auguraba una nueva etapa que dejara atrás el hermetismo. Pronóstico fallido, el misterio continúa. ¿De qué se oculta? Tal fue la parafernalia que desplegó para blindar su desfile y no ser ni visto ni saludar a nadie que provocó lo que no desea: elevar la expectación a la máxima potencia. Algo parecido a cuando los artistas se camuflan con peluca y gafas para pasar inadvertidos.



Felipe Varela saludó apenas unos segundos tras su desfile. No se le vio más. La Reina, con uno de sus diseños.



La modelo Daria Werbowy y el futbolista Ronaldo, dos vips con contratos de imagen para grandes marcas.

FOTOS: JAVIER BISCOA / MARCO SEVERINI / GETTY IMAGES / D.R.

**Que el asesinato de una mujer** a manos de un hombre no se considere un crimen pasional, nos pide José María Calleja a los medios de comunicación en el libro que acaba de publicar: *Cómo informar sobre la violencia machista* (Ed Cátedra). El lenguaje puede convertirse en un arma de doble filo y justificar lo injustificable. Hay una cifra contundente, tremenda: en los últimos 10 años 800 mujeres han sido asesinadas en España por sus (o ex) parejas. En lo que va de 2016, ya son 11. Gestos como el de Alejandro Sanz –que interrumpió un concierto en México para recriminar a un espectador que estaba agrediendo a una mujer– son valiosísimos para que los hombres tomen partido.

Otra vez el poder de la notoriedad. No es una reivindicación de mujeres. Qué bueno si en los campos de fútbol se guardara un minuto de silencio cada vez que una fuera asesinada. Aplaudiremos al equipo que recoja la idea.

**Os recomiendo...**



**Polvos mágicos**

Son perfectos para darse un brochazo de buen color esos días en los que no apetece maquillarse, porque dan luz al rostro. *Nude Finish*, de Bobbi Brown.



**Deliciosos croissants**

Presume de tener los mejores de Madrid. Oriol Balaguer no solo ha devuelto a la vida a La Duquesita, la centenaria confitería, también el placer por los desayunos. (Fernando VI, 2)



**Marta Michel**