

## Personal

### Silvio Rodríguez tributa a Allende

El cantante cubano **Silvio Rodríguez** encantó en un recital que ofreció en el Estadio Nacional en homenaje al fallecido presidente **Salvador Allende**, al que asistieron unas 40.000 personas, pese a la lluvia. Según los comentarios de la prensa local, Rodríguez fue «pura emoción» ya que el delirio se apoderó de los presentes nada más aparecer el cubano en el escenario. Silvio interpretó temas como *Santiago de Chile* y *Te recuerdo Amanda*.

### Loyola de Palacio, agricultora de honor

La vicepresidenta de la Comisión Europea, **Loyola de Palacio**, ha sido distinguida como Agricultora de Honor en Socuëllamos, con motivo de la III Fiesta Internacional del Vino, y fue la eurodiputada **Pilar Ayuso** quien recibió en su nombre el blusón y el pañuelo de honor. La diputada del parlamento europeo, **Pilar Ayuso**, fue la encargada de recoger el galardón, en ausencia de la ex ministra, que se encuentra de viaje oficial por Europa.



Allen recibe la medalla. / EFE

### Woody Allen, 'Amigo de Barcelona'

**Woody Allen** recibió ayer el título honorífico de *Amigo de Barcelona*, distinción que le ha impuesto el ayuntamiento de la ciudad y que refuerza el «amor» que el cineasta neoyorquino siente por la ciudad. Allen recibió este reconocimiento de manos del alcalde de Barcelona, **Joan Clos**, en un acto que se ha celebrado en el Salón de Ciento del ayuntamiento durante el que ha considerado que Barcelona es una ciudad «impresionante», y a la que podría volver para realizar algún filme.

## VUELTA DE HOJA



MANUEL ALCÁNTARA

### Una pieza de museo

No sólo ocupa un sitio en la Historia, sino el más siniestro de todos, según los acomodados. El bombardero B-29 que arrasó Hiroshima hace 58 años y un mes acabó con la vida de 140.000 personas en un minuto. Fue una plusmarca y demostró que el progreso en el arte de matar es incontenible. En las guerras antiguas era mucho más laborioso aniquilar al enemigo, pero no sólo se ha avanzado mucho desde la honda y la flecha, sino que se sigue avanzando. Se pensó que todo lo demás pertenecía a la antigüedad y que la era moderna empezaba con la bomba atómica. Por primera vez el ser humano podía destruir el planeta apretando botones y esa capacidad para cargarse el invento era un motivo de orgullo.

Sigue siéndolo al parecer. El *Enola Gay*, que también participó como avión de reconocimiento en el bombardeo de Nagasaki, ha sido reconstruido. Lo han dejado como nuevo para que pueda ser admirado en el popular Museo del Aire y del Espacio, en pleno corazón de Washington. Se espera que millones de turistas se queden con la boca abierta mirando el aderezado bombardero, del mismo modo que aquellos miles de japoneses se quedaron con la boca cerrada para siempre cuando sobrevoló Hiroshima. A la bomba que cayó sobre ellos le pusieron nombre los americanos: *Little Boy* y, en opinión de los que siguen defendiendo la oportunidad de su lanzamiento, acertó la guerra al forzar la rendición de Japón y salvó muchas vidas, aunque ninguna pertenecía a los bombardeados.

«Lo que importa no es ser el más fuerte, sino el superviviente», dijo Bertolt Brech, y a los supervivientes de la veloz matanza no les ha gustado que el maldito aparato que transportó muerte se muestre, acicalado después de 300.000 horas de trabajo, en un museo. Tampoco les va a hacer ni puñetera gracia a los unánimes turistas japoneses que son los mejores clientes de todos los museos del mundo, ni a los demócratas que han empezado su acoso a Bush, a catorce meses de las elecciones presidenciales. Al emperador le llegó la hora de las críticas, pero el que acceda al trono será como él, con variantes: podrá olvidar las guerras, pero no las victorias.

# Estrellas con marca

El mundo del espectáculo se lanza al mercado ofreciendo líneas de productos que usan su imagen para darse a conocer

ROCÍO AYUSO LOS ÁNGELES

Si durante años una nueva marca de moda tenía que ganarse la reputación a pulso, ahora son cada vez más las estrellas que se lanzan al mercado ofreciendo líneas de productos que usan su imagen para darse a conocer. Da igual cuál sea el campo, que varía de los sostenes de **Queen Latifah** a las colonias de **Jennifer López** o los vestidos de **Beyoncé**.

El caso es lanzar un nuevo sello al mercado que cuente con una imagen de marca garantizada, aunque luego nadie llegue a reconocer el producto. Se trata de la nueva moda entre las estrellas, ya sean del cine, la música o la televisión, dispuestas a capitalizar un poco más esa fama mientras sea posible.

Si hace años su principal fuente de inversión eran los restaurantes, ahora su imagen de marca está en esa línea de moda, cosméticos o productos del hogar.

«Es un paso natural dado que son pocos los famosos unidimensionales en este mercado», corrobora la analista **Marshal Cohen**.

Y más que van a ser, a la vista de los resultados obtenidos por **J.Lo**, cuyo reinado en el campo del vestir y la perfumería ha registrado unas ventas de 130 millones de dólares en el pasado año, o de los

500 millones de dólares vendidos por **P. Diddy** con su colección **Sean John**.

Ante estas cifras no es de extrañar que se hayan animado **Mariah Carey**, **50 Cent** o **Gwen Stefani** además de la diosa de las quinceañeras **Hilary Duff** o las famosas gemelas **Olsen**.

También se apuntan los más duros *raperos* como **Eminem** con su colección *Shady Limited*, *Ice T* y su *Ice Wear* o el *Rocawear* de **Jay-Z**. Y tampoco existe una división étnica, como demuestra la línea de ropa apadrinada por la estrella de la televisión hispana **Lucy Perada**, bautizada como la **Martha Stewart Latina**, o **Thalía**, que junto con su debut en inglés ha hecho realidad el sueño de su nueva colección de vestir.

«Las tiendas han creído en mi visión y estamos sacando una línea de accesorios, ropa para niñas y mujeres, perfumes, joyas y productos para el hogar con la mejor calidad y los precios más aceptables», describe anunciando su colección *Thalia Sodi*. El por qué de estas colecciones es diferente en cada caso, aunque en todos ellos suena como una buena inversión.

«Estoy intentando ser una figura dentro de la moda, algo similar a lo que hizo **Diana Ross** con su colección *Mahogany*, un sello que



EL CUERPO. Jennifer López ha registrado más de 130 millones de dólares por la venta del perfume que anuncia. /LA VERDAD.

ella diseñaba y que sirvió de inspiración a las jóvenes negras», dice la cantante y ahora actriz **Beyoncé** de su futura línea de moda.

Para **Latifah**, el deseo detrás de *Curvation* es el de ayudar a las mujeres de su talla, bien dotadas en todas sus curvas, a encontrar esa ropa interior adecuada y que

además no les haga sentir como quien utiliza «una balsa de flotación». Además, es un concepto que ya viene de antaño en la industria del espectáculo, donde actrices como **Claudette Colbert** daban su aprobación para vender una línea inspirada en los trajes que había lucido en las películas.

SPORTCENTER

EL CUIDADO FÍSICO DE HOY  
LA SALUD DEL MAÑANA.

Información: Tel. 866 91 11 11