

GENTE **Javier Hernanz Piragüista**

Javier Hernanz, el pasado mes de marzo en Madrid. :: IÑAKI MARTÍNEZ



El presidente del Sporting, Javier Fernández, le entregó una camiseta.



Hernanz, en Gijón. :: J. PANEDA

«Siempre hay que tener un plan 'b' en la vida»

El palista Javier Hernanz compagina su exitosa carrera deportiva con la moda y los estudios de Derecho, que espera terminar el próximo curso

:: JESSICA M. PUGA

Los años en que los deportistas de élite vivían por y para su disciplina quedaron atrás. Javier Hernanz (Arriondas, 1983) es de los que exprime al máximo las horas del día para poder compaginar la piragua con sus estudios de Derecho, la televisión, la moda y los eventos. «Para que se nos vea, tenemos que estar en muchos sitios», se queja. Hernanz y sus compañeros de deportes minoritarios no hacen nada, incide, que no hayan hecho durante años los futbolistas. «La exposi-

ción pública no es algo nuevo. Hay mucho marketing en esto», explica quien llegó a jugar en la cantera del Sporting hasta que una lesión en la rodilla le alejó de los terrenos de juego. «David Cal ha sido el mejor deportista de la historia, pero no logró el reconocimiento que se merece porque no llegó a entrar en las casas». En 2013, había 6.409 licencias federativas de piragüismo frente a las más de 10.000 emitidas en 2017. El fútbol sigue siendo el deporte rey superando el millón de federados a día de hoy.

La generación de Hernanz, no toda, pero si buena parte, se propu-

so hace tiempo cambiar la situación. «Hemos tenido que hacer nosotros un trabajo muy importante desde dentro para abrirnos a los demás», reconoce. Empezaron mostrando desde cómo entrenan y se preparan para las competiciones, hasta qué hacen en su tiempo libre. El asturiano se apoyó en las redes sociales y apostó por explotar su faceta de modelo para conseguirlo. Para darse a conocer más allá de sus logros deportivos, que son muchos (cinco medallas en el Campeonato Europeo de Piragüismo y tercero del mundo en la modalidad de aguas tranquilas, por citar algu-

GENTE

Lucía Martiño surfea en las costas de Portugal

:: J. M. P.

La surfista Lucía Martiño no puede pasar mucho tiempo alejada del mar, bien sea el Cantábrico que la vio nacer y le ayudó a coger sus primeras olas, o cualquier agua que le permita volar sobre la tabla. Hace poco más de un mes, la gijonesa compartió en su cuenta de Instagram un vídeo en el que mostraba lo «accidental» que había sido su primer día en Newcastle, en concreto, en la playa Merewether. Martiño se cortó en el muslo y «al principio,

sangraba mucho y no pintaba muy bien...», explicó a sus seguidores, casi 76.000. «Pero no ha sido un corte muy profundo y solamente ha quedado en unos puntos», contó, al tiempo que advertía que le tocaría estar unos días fuera del agua y agradecer su labor al equipo que la asistió en la playa.

A Lucía Martiño no le gusta estarse quieta y, por eso, esta misma semana adelantó que ponía fin a su descanso en casa para emprender rumbo a Portugal, donde pasa-



La surfista Lucía Martiño, en pleno dominio de una ola.

rará las próximas dos semanas.

Lo primero que hizo al llegar al país vecino fue meterse en el agua. Lo hizo, en concreto, en Carcavelos, localidad que posee una de las playas más bonitas y turísticas de todo el país luso. Martiño compartió otro vídeo de su experiencia, explicando lo «difícil» que había sido su baño. «El tiempo está loco. Tan pronto diluvía como sale el sol», continuó.

La joven gijonesa es muy activa en redes sociales, igual que la mayoría de sus seguidores, que además de mensajes de admiración y cariño le comentan acerca de sus logros deportivos y la siguen allí donde pueden. Lucía Martiño ya advirtió de que «muy pronto» viajará a Indonesia, lugar del que es admiradora confesa.



El deportista asturiano, en la premiere de 'Free Solo'.



Hernanz, en la piragua, en México, el pasado mes de diciembre.

nos), comparte fotos de su rutina diaria y si le sugieren que baile, pues lo hace. De su participación en el programa 'Bailando con las estrellas', además de la experiencia y de perfeccionar su técnica, se llevó «un amigo, un apoyo», David Bustamante. Confiesa que le gusta mucho bailar y cantar, así que cuando le sugirieron participar, apenas lo dudó. «Comprobé que lo pudiera compaginar con el deporte, y me lancé. Me lo tomé como una buenísima oportunidad para exportar mi deporte y el sacrificio que implica. Todas las semanas tenía unos minutos en 'prime time' para hablar del piragüismo, eso es increíble», explica.

El piragüismo español se ha convertido en garantía de prestigio para el deporte español. «Los buenos resultados son fruto del trabajo realizado durante muchos años», explica el palista, parte de una delegación asturiana que es en buena medida responsable del éxito internacional. «Ojo, que solo Pelayo Roza y yo somos asturianos, Craviotto es adoptado», bromea Hernanz, quien regresó de Sevilla hace solo tres semanas con un bronce en el Campeonato de España de Invierno. «Hemos mejorado mucho en cuanto a exposición, aunque somos conscientes

de que el fútbol es espectáculo y, por tanto, mucho más vendible», apunta el palista, que entiende el futuro en función del grado de engagement que tengan los niños.

Los días de Javier Hernanz parecen tener más de 24 horas. Se levanta muy temprano y entrena por la mañana y por la tarde, estudia en ratos libres, desconecta lo que puede, ha empezado a recorrer España impartiendo conferencias y, eso sí, duerme siempre sus ocho horas. «La rutina depende de la persona. Hay gente que tiene talento innato; lo mío es mucho trabajo y disciplina», dice, al tiempo que apunta que solo le quedan cinco asignaturas para completar su carrera de Derecho, con lo cual espera acabarla el próximo curso. «Siempre hay que tener un plan 'b'; no sabes si te vas a lesionar o qué. Es muy recomendable inculcar a los jóvenes lo ventajoso que

es tener otra salida». Lo dice quien descubrió su gusto por el Derecho a los 10 años por tener como referente a su padrino, Francisco Álvarez de Soto, quien fuera ministro de Relaciones Exteriores de la República de Panamá.

Por tener, Javier Hernanz tiene hasta plan 'c': la moda. «Cuando en deporte no tienes los resultados que esperas y los ingresos son nulos, tienes que valorar todas las opciones que se te presentan», explica. La publicidad fue una, y algo que le ha hecho aprender mucho, le divierte y «se me da bien».

Hernanz es el deportista de élite criado entre dulces, pues su familia regenta la Confitería Campoamor, en Arriónidas. «Me encantan los dulces, pero en mi casa primó siempre la disciplina. Mi madre es especialista en hacer productos muy dietéticos y bajos en azúcar», apunta el responsable de que un ejército 'cacher' haga bailes en cualquier circunstancia. Así llama a sus seguidores, casi 33.000 solo en Instagram. «Se lo empecé a llamar a quienes entregan cada gota de sudor y reciben la vida con positividad. Me gusta la gente que disfruta lo que tiene al máximo, que no se ahoga en un vaso de agua», explica. Cada vez son más.

«David Cal ha sido el mejor deportista de la historia, pero no llegó a la gente»

María Lafuente apoya la cultura sidrera de Asturias

de J. M. P.

Miles de personas han firmado ya su apoyo a la candidatura a la Unesco para que la cultura sidrera asturiana sea declarada Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. Uno de los últimos rostros conocidos en firmar ha sido la diseñadora María Lafuente, que aprovechó su visita a la 33 edición de Salón de Gourmets, en Madrid, para hacerlo.

La diseñadora, asturiana de nacimiento aunque ha desarro-



Lafuente firma el libro.

llado buena parte de su carrera profesional entre León y Madrid, firmó el libro de apoyos poco después de llegar de Murcia, donde esta misma semana desfiló para presentar sus diseños sostenibles de la colección 'Fah-Pratan'.

María Lafuente no fue la única que aprovechó las cuatro jornadas dedicadas a la gastronomía para mostrar su apoyo a una candidatura que ya cuenta con el respaldo de miles de personas. De lograr buena parte de los respaldos se están encargando los embajadores que en Asturias, en España y en el extranjero tienen la misión de impulsar la candidatura. 'Yantar', el suplemento decano de la gastronomía asturiana, está entre ellos.

JUICIOS SIN VALOR
ROSA IGLESIAS

LICENCIAS, COLABORACIONES Y ASPIRACIONES

Las firmas premium diversifican producción para que siempre haya artículos para la clientela media



La modelo Gigi Hadid, con una camiseta de Fendi. E. C.

Son pocas las personas que pueden vestirse con marcas de lujo. Por eso, las firmas premium diversifican su producción para que siempre haya algún artículo a la altura de la clientela media. Y son distintos los sistemas comerciales utilizados. El pionero, aquel que dio al público la posibilidad de tener una baratija con nombre de creador importante, fue el italo francés Pierre Cardin, que empezó su carrera en Dior, en la época del New look y se independizó para hacerse mundialmente famoso por la inspiración futurista. Fue Cardin el que se sacó de la manga la venta de licencias. Derecho, previo contrato, a poner su logo en todo tipo de artículos que sin intervención del modisto tenían su sello y le proporcionaron liquidez. Y cuando se dice cualquier tipo de artículos y se suma la década de los setenta hace falta poca imaginación para ver el desastre. El modo tan indiscriminado en el que se vendieron esas licencias saturaron el mercado de cachivaches imposibles. La entrada de dinero y el desprestigio llegaron a la par. Fueron muchas más las marcas que rentabilizaron su logo en forma de termos, frutereros y mecheros, pero nadie llegó a la extenuación de Cardin. A punto estuvo Yves Saint Laurent, que colocó su logo entre otras fruslerías en cajetillas de tabaco, eso sí, de los colores icónicos de su maison. Y casi todas las españolas pudieron permitirse un Pertegaz en forma de neceser o un paraguas Courreges. Hoy las marcas controlan sus licencias de cosméticos, gafas y perfumes para que rindan económicamente y no saturen el mercado ni abaraten la marca. En esta época las casas de moda abren líneas temporales de negocio colaborativas: Yohi Yamamoto con Adidas o la clásica Louis

Vuitton con la transgresora Supreme. Y en plan cañi Agatha Ruiz de la Prada, que rediseña la botella de Tio Pepe o decora un frigorífico de Balay. Otra modalidad de democratización y venta a todos los públicos son las colecciones cápsula que grandes creadores firman para compañías de vocación masiva y 'low cost' como H&M. Piezas baratas de creador, el mundo al revés. Inaugura, cómo no, Lagerfeld, al que siguen desde Versace, hasta Lanvin pasando por Isabel Marant o Viktor and Rolf. Salvo estas modalidades de salidas controladas, las marcas recuperan el control y utilizan el recurso logo a su antojo. Hay épocas exhibicionistas y momentos para el recato. Esta temporada sigue la estela de la anterior y es de nuevo logomana con la doble F de Fendi a la cabeza. La firma romana reedita su famosa baguette con logo, aquel bolso que se llevaba bajo el brazo como se supone que ha de portarse una barra de pan si eres francesa y tienes 'charme'. Además del bolsito, todas las prendas de la firma italiana llevan el total logo o al menos un recordatorio de procedencia. Las piezas de lujo son cada vez mas objeto de deseo, mas aspiracionales y de posicionamiento social. Y donde hay aspiración hay negocio. El cinturón con hebilla de Gucci lleva al menos cuatro temporadas de actualidad. Se adquiere en tiendas oficiales, webs de lujo y no hay mercadillo ni bazar oriental que no cuente con alguna versión bastarda. También a la cintura la icónica H de Hermès, LV de Vuitton y la expresión máxima en hebilla gigante con la V de Valentino. Las marcas están más interesadas que nunca en hacerse presentes. Agárrense pues los cinturones buenos o de imitación porque esto no ha hecho más que empeorar.