

‘Cállate la boca’, by Mikel Erentxun y en Zaragoza

GRUPO ZETA – ZARAGOZA – Viernes, 26 de septiembre de 2008

Érase una vez dos amiguetes, uno arquitecto y el otro músico de pop que acabaron montándose una tienda de ropa. Y de ahí salieron más y más... Hasta llegar a Zaragoza. Podría resumirse así la historia de Cállate la boca, una firma --hoy convertida en franquicia en nueve ciudades españolas, sin contar con la tienda de internet-- que presentaron en la capital aragonesa su creador, **Oscar Casla**, y uno de sus socios, nada más y nada menos que el cantante **Mikel Erentxun**, exDuncan Dhu y hoy jinete en solitario por los mundos de la canción.



Y es que la marca, además de tener unos diseños "naif" que causan sensación, tiene unos padrinos musicales de órdago, ya que también **Amaya Montero** (ex de La Oreja de Van Gogh) forma parte del grupo Cállate.

"En realidad, todo empezó casi como un juego, por unos diseños que hacía Óscar, que es amigo mío y estudió conmigo la carrera de Arquitectura", explicaba **Mikel**. Los diseños pasaron de ser láminas para convertirse en pegatinas, tazas, camisetas... Y, después, el cantante empezó a lucir los logos en las giras. "No pudo haber mejor promoción", añadía **Oscar Casla**. Así que se ganó por méritos propios el derecho de convertirse en socio", bromeaba el fundador de la firma.

Ayer, en la inauguración de la nueva franquicia, que lleva cuatro meses en marcha y que dirigirá en Zaragoza **José María Lucero**, los dos se mostraron encantados de que fuera la capital del Ebro la protagonista. **Mikel** tiene "muchos amigos" aquí, y aunque "los Amarales y Bunbury" vivan fuera, es una ciudad que hasta ha tenido tiempo de disfrutar tomando una cerveza "en compañía de Juan Aguirre".

Y además, "coincidiendo con la celebración de la Expo", la apertura del establecimiento ha ido muy bien. Y por eso mismo se brindó ayer en la tienda (a cuya puerta se acercaron muchos, por aquello de ver que **Mikel Erentxun** rondaba por allí). Aunque, en lugar de canapés, vinitos y otros clásicos del cóctel de toda la vida, unas cuantas gominolas acompañaron la apertura oficial del lugar. Todo muy a juego con el diseño de la musicada firma, que tiene mucho color y un "puntito infantil". Chinchín.