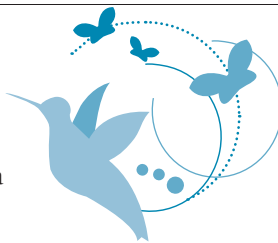


LA EFEMÉRIDE



Hace 89 años (1924)

En Rusia, la ciudad de Petrogrado (actual San Petersburgo) es rebautizada como Leningrado



MEDIOS



CRÍTICA DE TV

Sergi Pàmies

Sujetos de soberanía

Una de las noticias de la semana: los científicos han descubierto que los perros dejaron de ser lobos hurgando en la basura humana. Si aplicamos esta hipótesis al universo de la televisión, podríamos aventurar que la telebasura nos civiliza. Domesticados gracias a una dieta omnívora, hemos perdido beligerancia carnívora. Los menús de las cadenas generalistas ofrecen nutrientes ricos en grasas saturadas y otros componentes químicos. Un zapping continuado de esta semana –gags crueles aunque oportunos sobre Pere Navarro, aforismos torrenciales de Pedro Ruiz al presentar su nuevo libro-espectáculo, consagración de la nueva remesa de ídolos de la religión *cho-ni*– tampoco permite imaginar un futuro evolutivo muy halagüeño que digamos.

En la jerarquía de intereses mayoritarios, parece que, pese a su solemne y grandilocuente envoltorio, la declaración de soberanía ha tenido que competir con temas terrenales más inmediatos. Primero: el nacimiento del hijo de Shakira y de Piqué. Segunda: las cifras del paro. Las televisiones los han tratado con gran despliegue de medios. Durante un día entero, conexión permanente de diversas cadenas (omnivoras y carnívoras) con la clínica, persecuciones al padre y al abuelo, blablablás de sala de espera y, al final, por tierra, mar y Twitter, el anuncio de la buena nueva. El nacimiento de hijo de famosos tiene su propia sintaxis y Shakira y Piqué se divierten subvirtiéndola y poniendo en circulación la foto de los pies de la criatura calzando sus primeras bambas de marca. Es un gesto provocador, lo bastante frívolo protegerlo de la iconografía mesiánica (la aureola del niño Jesús no puede tener un patrocinador explícito) y desconcertar al sensacionalismo carroñero más corporativista y melodramático.

Que noticias aparentemente frívolas atraigan más que otras teóricamente nobles no es ninguna novedad. ¿Interesan los dilemas soberanistas? Probablemente, pero mucha gente prefiere comentar el nuevo peinado de Sara Carbonero o, regodeándose en la dialéctica de la ofensa, reaccionar a la chirigota catalanófoba del carnaval de Cádiz. Hay noticias, en cambio, que rompen la jerarquía y sus circunstancias: como las

En televisión, el esfuerzo por explicar el paro destila una enorme resistencia a admitir la realidad

cifras, terribles aunque previsibles, del paro.

En el lenguaje televisivo, el esfuerzo por explicar este fenómeno recurrente y mensual destila una gran resistencia a admitir la realidad. El discurso oficial maquilla su mensaje con una capa de eufemismos, proyecciones delirantes y perspectivas discutibles. Los profesionales de la información y del análisis tienen que tratar esta materia prima aplicando técnicas de depuración de aguas. Los portavoces de los ministerios y de las consellerías se ganan el sueldo practicando un cinismo de repertorio que ninguna confesión ni penitencia podrán redimir. Conscientes de que el momento no permite medias tintas, se intenta hablar abiertamente de catástrofe, olvidando que si una catástrofe dura tanto, quizá convenga renovar el instinto calificador (por suerte, el diagnóstico está en manos de los economistas mediáticos, felizmente pedagógicos y alérgicos a cualquier euforia). Las tertulias y los noticiarios que hablan del paro transmiten más indignación que impotencia. Mezclamos economía y ciencia: al hurgar entre las cifras del paro, los perros recuperan parte del instinto de los lobos y se vuelven más peligrosos. ¿Todo es un desastre? No: el jueves vimos un buen partido entre el Málaga y el Barça.



ROGER VIOLETT / GETTY IMAGES

‘La exemperatriz Farah Diba, con Yves Saint Laurent en el taller de este en 1959

‘Haute couture’, denominación de origen protegida desde 1945

Alta costura? Para qué hacerlo fácil si podemos complicarlo, dicen los franceses. Y, sucesivamente, transformaron modistillas, peluqueros y cocineros en estrellas mediáticas. Y a sus oficios –dignificados por difíciles concursos, herencia de los gremios– en disciplina cultural.

Pero como en Francia todo exige diploma o decreto, uno de 1945 hizo de la *haute couture* denominación protegida. Desde entonces, una comisión de profesionales establece qué casas de costura tienen derecho a la denominación. Y lo avala el mismísimo ministro de Industria.

Los criterios son estrictos: todo tiene que estar hecho a mano y en talleres propios; dos colecciones por año; por lo menos 25 modelos cada una y desfile en París; piezas únicas sobre medida; un mínimo de veinte asalariados...

En 1992 y 2001 se autorizaron “oportunidades a nuevos talentos” que pudieran ser apadrinados por una *maison de haute couture*, siempre que la respectiva cámara sindical tenga a bien aprobarlo. Así, a las 14 *maisons* autorizadas este año, algunas célebres –Chanel, Dior, Gaultier, Givenchy, Margiela– y otras menos rutilantes –Adeline André, Alexis Mabille, Atelier Gustavolins, Christophe Josse, Franck Sorbier, Giambattista Valli, Mauri-

zio Galante, Anne Valérie Hash, Stéphane Rolland–, se añadieron cuatro invitados: Hervé L. Leroux, Zuhair Murad, Lefranc Ferrant y Rad Hourani. Y cuatro casas extranjeras: Armani, Elie Saab, Valentino y Versace.

Por encima de la cámara, la po-

no que trabajen aquí para mantener París como la oficina mundial del estilo”.

La costura francesa mueve 10.000 millones de euros. “La moda es industria, pero también tiene que tener su etapa de arte, para dar a la casa repertorio propio, garantía de perennidad. La *haute couture* es su prototipo –señala Grumbach–, elitista hasta 1945. Hoy, Chanel y Dior, las casas más míticas, son también los primeros exportadores de prêt-à-porter”.

Grumbach sabe de qué va: olvidó su diploma de abogado para vender en Nueva York los abrigos de la empresa familiar, C. Mendès. Luego fue cofundador de Yves Saint Laurent Rive Gauche (en 1966, un gran modisto condescendía al prêt-à-porter); padre de Créateurs & Industriels primer nexo entre el textil y sus artistas y plataforma de lanzamiento de Andrée Putman; presidente durante veinte años de Thierry Mugler y autor de un erudito *Histoires de la mode* (Seuil).

Grumbach admite que hay crisis: cien *maisons* y 20.000 clientes de la *haute couture* en 1946; catorce y 2.000 en el 2013. Pero subraya que “nunca hubo tantos desfiles creativos ni mejores escuelas”. Y recuerda que “Dior y Chanel fueron emergentes en su momento, como Iris Van Herpen, Bouchra Jarrar o Henrik Vibskov hoy”.



JULIEN HEKIMIAN / GETTY IMAGES / ARCHIVO

Didier Grumbach, en París el año pasado

derosa Federación Francesa de la Costura y el prêt-à-porter. Y su presidente desde 1998 –reelecto, por unanimidad, el año pasado–, Didier Grumbach, 75 años, auténtico personaje para quien “lo importante no es que los creadores sean franceses o extranjeros, si-