

“Ara les desfilades de ‘prêt-à-porter’ tenen l’encant d’un congrés de medicina”

Senyora Roitfeld, heu estat redactora en cap del *Vogue* francès durant deu anys, i abans d’això va treballar deu anys amb Tom Ford per a Gucci. Després de vint anys de moda es pot continuar essent normal?

—L’única droga que prenc és un got menut de vodka al vespre, si us referiu a això. Tanmateix, vaig tenir sort, perquè, a més del món molt especial de la moda, també tenia una família, cosa que en aquest negoci probablement és estranya. Fa més de trenta anys que estic amb el mateix home, el pare dels meus dos fills. Aquesta situació m’ha ajudat a continuar essent relativament normal.

—Per vist que sou una ex-redactora en cap de la revista *Vogue* també teniu un aspecte francament normal.

—Aquesta és una part de la meua nova llibertat. Quan treballava a *Vogue* sempre portava una faldilla estreta, com un uniforme.

—Què porteu avui, exactament?

—Una samarreta sense marca de Los Angeles, uns texans de pana de Current Elliot i unes sabates de setí, que han confeccionat en lila expressament per a mi. Ara mateix el glamur es limita als meus peus.

—Aquest món de vanitats, en què es paga una fortuna per coses sense importància, et corromp?

—Hi ha alguns aspectes absolutament obscens. El preu d’un abric pot ser obscè, i també el d’una sessió fotogràfica si es treballa amb un fotògraf veritablement bo. Amb tot, quan veig com són de bones les fotos o que n’és de ben fabricat l’abric, o quantes persones hi han treballat, deixa de ser obscè. Naturalment, no salvem vides cada mes, no treballem en un hospital. Només decidim sobre la llargària d’una faldilla, sobre dos centímetres més o menys, això és tot.

—De vegades no us semblava absurd?

Carine Roitfeld (París, França, 1954), que ha estat redactora en cap de la revista ‘Vogue’ del 2001 al 2011, parla en aquesta entrevista sobre les singularitats de la moda, sobre la fi de l’era del glamur i sobre el poder que atorguen els talons alts.

—Durant deu anys m’ho he passat col·ludament bé. Lamentablement, cap al final es va tornar cada vegada menys divertit. Abans podíem jugar més, però ara només importen els diners, els resultats empresarials i el gran negoci. Les desfilades de *prêt-à-porter* s’han tornat terriblement serioses, l’atmosfera ja no és tan elèctrica, sinó que tenen l’encant d’un congrés de medicina. Tanmateix, amb una bona desfilada n’hi ha prou perquè torne a ser excitant.

—Si la moda expressa quelcom sobre el temps en què s’esdevé, què ens comunica actualment?

—Avui dia la moda no permet de somiar tant. Fa vint anys la moda era una promesa, quelcom que acompanyava la teua vida, i potser l’enriquia, que reflectia una època. Penseu en la publicitat: ara només reproduïxen bosses de mà, però no somnis. Els clients compren objectes, en comptes de promeses.

—Per això va deixar *Vogue* a començament d’any?

—Deu anys és molt de temps, encara que siguin deu anys en una gàbia d’or.

Han estat uns anys magnífics, però en algun moment l’ocell vol recuperar la llibertat.

—El vostre cap francès de l’editorial ha explicat que el temps de les provocacions i del *trash* ha arribat a la fi.

—Jo diria que la moda necessita el glamur, la provocació i el trencament de tabús.

—La vostra eixida de *Vogue* va ser voluntària?

—Absolutament, i va ser en el moment perfecte. El *Vogue* francès no havia tingut mai tant d’èxit, no havia tingut mai tants lectors, tants clients publicitaris, ni havia guanyat mai tants diners. El meu editor americà, Jonathan Newhouse, em va deixar fer com vaig voler durant deu anys, fins i tot quan potser pensava que era boja. Tanmateix, la situació ja no hauria durat així gaire més.

—S’acaba una era?

—La creativitat necessita llibertat de moviment i predisposició al risc, però als homes de negocis no els agraden els riscos. Els dissenyadors treballen cada vegada amb més pressió. Avui, un vestit no ha d’agradar només a una dona de París, sinó també a una de Pequín, Tòquio, Moscou i Nova York.

—La globalització és la culpable que la moda es torne més avorrida?

—Si més no, condueix a molts compromisos; però la globalització només és un factor. Actualment els dissenyadors ja no han de traure només dues col·leccions l’any, sinó quatre: primavera, estiu, tardor i hivern, i en algunes cases encara cal afegir l’alta costura dues vegades l’any. Qui és capaç de seguir aquest ritme? Els bons dissenyadors són artistes, persones fràgils.

—Dues de les estrelles més importants del món de la moda parisenc, els britànics Alexander McQueen i John Galliano, han deixat les passarel·les d’una manera molt dramàtica. McQueen es va suïcidar

fa un any. I Galliano va eixir del món de la moda fa poques setmanes a causa d'unes declaracions públiques d'afecte cap a Adolf Hitler.

—L'obra artística de McQueen sempre havia tingut un costat molt fosc. Malgrat tot, la seua mort va ser un xoc. No estava sol, tenia un gran equip al seu voltant. I, així i tot, no el van poder protegir.

—**I Galliano?**

—No tenia ni idea que John Galliano fora tan infeliç. Hom ha de ser molt infeliç i estar molt sol per a apassionar-se per Hitler públicament estant trompa. La casa Dior sempre li ha perdonat moltes coses, fins i tot la desfilada d'alta costura sobre el tema dels vagabunds, en què totes les models semblaven persones sense sostre. Tanmateix, cridar begut “estime Hitler” i insultar els clients del bar dient-los que tenen “cara de porcs jueus” és inacceptable. No crec que pense realment allò que va dir: va ser l'actuació d'una persona totalment èbria.

—**Les drogues són una cosa habitual en el sector de la moda?**

—Ni més ni menys que en els cercles artístics. Yves Saint Laurent va ser el primer que va fer pública la seua addicció. A mi em resulta difícil de reconèixer si algú pren drogues, perquè no n'he tastades mai. Però és clar que n'hi ha. El sector es mou cada vegada amb més rapidesa, tothom lluita constantment contra el trastorn d'horari o treballen tota la nit.

—**Després de Galliano i McQueen ja només queda Karl Lagerfeld?**

—Sí. Karl, sempre Karl. Lagerfeld, el superhome. No crec que experimente la pressió d'aquesta manera. Per això la suporta.

—**Ningú més?**

—Sí, és clar. Nicolas Ghasquière de Balenciaga, Riccardo Tisci de Givenchy, Miuccia Prada, i naturalment Tom Ford. A més també hi ha joves talents, però és clar que els cal temps. En certa manera ja hem vist de tot. Què més podrien voler inventar?

—**I poc després es troben còpies dels seus dissenys als establiments de Zara i H&M d'arreu del món.**

—Sí, a primera fila de les desfilades hi seuen els bloguistes i divulguen els nous estils pel món. Tot s'ha tornat extremadament ràpid. Hom seu a París, però a



GETTY IMAGES

“En cas de dubte, allò que ha llegit una dona la fa més atractiva i elegant que no pas allò que porta posat”

Pequín ja saben què passa. És bastant al·lucinant, però per a un dissenyador que li copien l'estil és probablement el millor compliment que li poden fer.

—**Tanmateix, no ho veieu com un problema?**

—Jo ho veig des d'una altra perspectiva. Fa molt de temps que la moda ja no és una qüestió de diners, sinó de gust. Actualment, les dones també es poden vestir bé amb pocs diners.

Sempre he trobat trista la idea que l'elegància siga només per a una minoria. La cosa important és l'estil. Karl va ser el primer d'entendre-ho. Va ser molt intel·ligent de crear la col·lecció per a H&M, i Chanel va ser molt intel·ligent de permetre-li-ho.

—**Entretant, les que compren la moda cara són les russes i les xineses. A moltes boutiques berlineses les dependents parlen rus.**



A l'esquerra, McQueen, creador de moda, 2008. A la dreta, foto de Vogue, 2009.

—És cert, aquesta fixació pels dissenyadors té un caire curiós. Opine que per a aquestes clientes és la manera més segura d'entrar en un univers de la moda nou per a elles. L'elegància no és pot aprendre. Únicament es pot aprendre a evitar els errors: la resta és instint. L'elegància és la manera com encreueu les cames, no l'etiqueta, ni la peça més nova de la darrera col·lecció.

—Ara mateix destrüiu els arguments de venda del vostre sector.

—En cas de dubte, allò que ha llegit una dona la fa més atractiva i elegant que no pas allò que porta posat.

—Les franceses llegeixen més que no pas les altres europees?

—Les franceses han après des de nues a no exagerar. Yves Saint Laurent va dir una vegada que els vestits són per a fer les dones més belles, però un abric no hauria de ser mai tan ostentós que hom el perceba abans que a la dona que el porta.

—Us consideren la inventora del porno chic a França. Han criticat les vostres fotos que mostren Lolites, embarassades fumant o pensionistes besotejant-se.

—Sí, és clar, la moda ha de ser un territori lliure, amb uns pocs límits. No he fet mai fotos que els meus fills no haurien de veure, aquest era el meu criteri. Les xiquetes maquillades no anaven mai nues, sota la dona embarassada apareixen les paraules "No smoking", i per què no s'haurien de besar

les persones grans? Cal poder jugar. Si no, allò que resta és terriblement espantós. També he pintat models blanques de negre i després de roig; llavors va protestar l'associació antiracista SOS Racisme.

—Ho vau trobar ridícul?

—Considerar-me racista és absurd. Vaig dedicar un número sencer del *Vogue* a la model negra Liya Kebele. Sempre busque referències a la realitat. En una ocasió vaig fer una sèrie de fotos amb pells d'animals, però en aquest món políticament correcte hom no pot eixir als carrers de Nova York o Londres sense rebre un pastís a la cara. A les fotos hi havia figurants que alçaven cartells a favor de la protecció d'animals. Era ironia, però lamentablement tampoc no ho va entendre tothom. Per què no podem dur pells d'animals que també ens mengem, com ara de corder o conill?

—Teniu 56 anys. Per a una dona del sector de la moda és molt difícil d'envellir?

—Bé, a les sessions fotogràfiques veiem joves belles, de 16 i 18 anys, sense arrugues i amb cossos perfectes. I al final encara es retoquen les fotos. Quan et mires a l'espill has d'estar contenta amb tu mateixa i continuar essent jove d'esperit, mantenir l'actitud *rock-and-roll*. Si no, no es pot suportar.

—A què us dedicareu ara?

—Tinc molts projectes: un llibre amb Karl Lagerfeld, un sobre la meua feina, una campanya publicitària per a

Chanel i l'assessorament de la botiga de disseny Barneys de Nova York. I és possible que també torne a ser la musa d'algun dissenyador, qui sap.

—No està planejada la successió de la vostra companya Anna Wintour a l'edició nord-americana de Vogue?

—No se n'ha parlat mai seriosament, d'això. M'agrada provocar, sóc molt francesa, i als Estats Units ni tan sols tenen permès de mostrar un matis de mugró en una foto. Anna Wintour és la dona més poderosa del món de la moda, la primera dama de la moda. És una política, jo sóc estilista, són dues feines diferents. Val a dir que, malgrat tots els prejudicis, és molt amable.

—Teniu cap principi sobre moda?

—No canvie de bossa de mà cada temporada, sóc una seguidora de la dona Yves Saint Laurent, que posa les mans a les butxaques del vestit o agafa de la mà el seu estimat. No necessita bossa de mà.

—Sempre porteu talons alts.

—Sí, confereixen poder. Et mous, seus i fins i tot parles d'una altra manera.

—No us poseu mai sabates planes? Tampoc per anar a passejar?

—No hi vaig gaire, a passejar. Durant les vacances porte sabates planes, però també viatge amb sabates de taló alt. Per això em detenen amb regularitat a la duana. Els talons alts a l'aeroport són sospitosos, normalment no en porta ningú.

—Ens faríeu alguna altra recomanació sobre moda?

—Si no voleu cometre cap error compreu roba negra, sempre va bé. A partir dels 50 anys, a poc a poc es pot afegir una mica de beix, que és més suau. Cada cinc anys hauríem de revisar críticament el nostre armari i, en cas necessari, canviar el biquini per un vestit de bany d'una peça.

—I deixar d'anar a nadar en algun moment si cal?

—Arriba un moment a la vida que també ens ho hem de plantejar. Sempre hauríem d'estar entre els millors, independentment del grup d'edat de què formem part. Això també pot significar renunciar a la platja.

**Claudia Voigt
Britta Sandberg**

Traducció de Blanca Juan