

La tipología más alejada del catalán reservado no es la del andaluz ocurrente, sino la del estadounidense decidido. El estadounidense es un tipo que cuando quiere una cosa la pide sin rodeos, mira a los ojos de su interlocutor e incluso le sonrío. Nosotros lo explicamos con el tópico de «que no tienen sentido del ridículo». No, lo que no tienen es miedo a equivocarse. Y así les ha ido, para lo bueno y para lo malo. Y su secreto es que lo entrenan desde muy pequeños.

Hace tres meses que comenzó el curso escolar y los alumnos de cuarto de primaria ya han tenido que preparar al menos cuatro presentaciones individuales delante de toda la clase. Y allí van las criaturas, a explicar quién son, qué libro han leído, qué noticia les ha llamado la atención o cuáles son los 10 objetos que han metido en una caja como los más importantes de su vida.

El profesorado puntúa que el alumno mantenga el contacto visual con quienes le escuchan, que

CARTA DESDE
WASHINGTON



ANTONI
Bassas



Una noche en el 'High School Musical'

hable suficientemente alto como para ser oído, que no corra demasiado ni vaya despacio, que hable claro y pronuncie bien y que exprese sus ideas lógicamente, organizando sus pensamientos antes de hablar.

Se ruega encarecidamente a los padres que lo preparen en casa y pulen los defectos con los ensayos que haga falta. Y los niños aprenden. Basta ver cómo se explican cuando les ponen un micrófono delante sin previo aviso en cualquier calle.

Quizá son monolingües, tienen un concepto de la moda pasado de moda, y tienen el termostato estropeado (por el amor de Dios, ¿cómo se puede ir con forro polar y chancletas a la vez?), pero cuando tienen que hablar en público demuestran un gran aplomo. El estadounidense es un tipo que no se esconde.

Y eso no es todo. Valoran mucho el aprendizaje de un instrumento musical. Tocar en la banda del instituto es una actividad de las que se ponen en el currículum porque ayuda a ser admitido en una universi-

Tan genuino como ser 'cheer-leader' del equipo de fútbol americano de la escuela es representar un musical en el instituto

dad. Tan genuino como ser *cheer-leader* del equipo de fútbol americano de la escuela es representar un musical en el instituto. Un musical de High School. No es solamente el título de una película. Todos los institutos hacen musicales. La semana pasada fui a ver uno y, créanme, esta gente lleva el espectáculo en la sangre.

El sábado por la tarde, unos 50 chicos y chicas de 15 a 18 años, entre intérpretes, músicos, escenógrafos, encargados de vestuario, maquilladores, técnicos de luz y sonido y acomodadores, ayudados por la AMPA en funciones de vendedores de palo-

mitas, representaron *Moby Dick*, *The Musical* en el auditorio del centro. Gran nivel musical y notable comicidad de los actores o actrices (muchas más chicas que chicos).

En el curso de su reciente viaje por Asia, el presidente Obama preguntó al presidente de Corea del Sur qué problemas tenía con la enseñanza. El surcoreano le contestó: «Tengo unos padres muy exigentes. He tenido que contratar profesores de inglés en el extranjero porque sus padres quieren que los alumnos hagan clases en inglés desde muy pequeños». Y comentaba Obama: «Los surcoreanos van muy en serio, ¿eh?».

En cuestiones de ganarse la atención de la audiencia, de desinhibición en público, de seguridad en uno mismo, los que van delante son los estadounidenses. Para aprender todo esto en Catalunya no necesitaríamos contratar profesores en el extranjero. Bastaría con retocar la clase de lengua y dar más importancia a la música y al teatro.

*Corresponsal de TV-3 en Estados Unidos

NORMALIZACIÓN EN EL PAÍS DE LOS CEDROS



Vuelve el Beirut chic

La capital libanesa releva a Dubái como capital del lujo en Oriente Próximo tras recuperar la estabilidad ≡ Las principales marcas han abierto tiendas en el centro

CARINE MANSOUR
BARCELONA

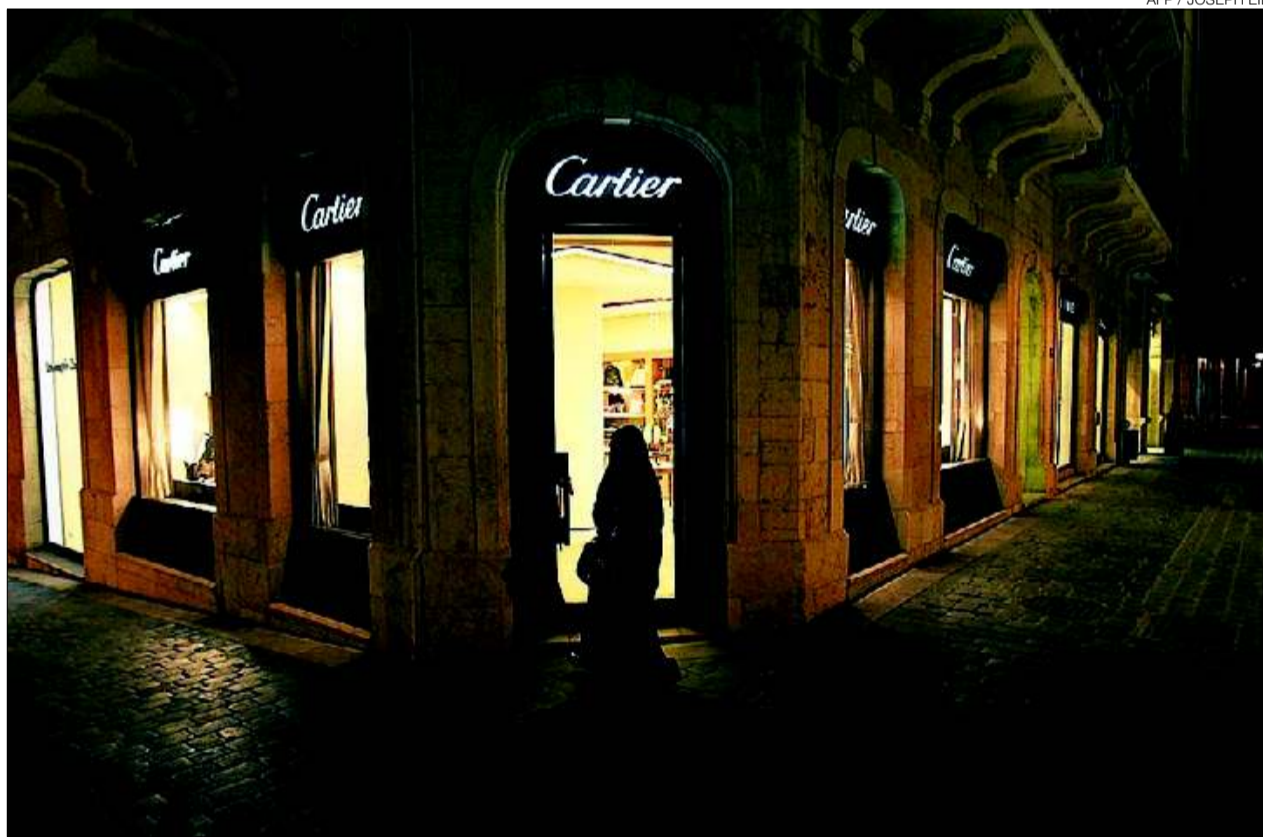
Con la crisis que llevó a Dubái a la quiebra y gracias a la relativa tranquilidad política que reina en el Líbano, Beirut está recuperando su antigua reputación de ser la Suiza de Oriente Próximo que ostentaba desde los 50 hasta la guerra civil (1975-90), cuando Dubái la superó. Luego, en el 2000, empezó a recuperar terreno, pero la inestabilidad tras el asesinato del exprimer ministro Rafik Hariri, en el 2005, dio ventaja al emirato vecino.

Hoy día ha vuelto la confianza, la de los inversores y la de los turistas, que se han incrementado en un 30% este año. El mercado crece a una tasa del 15% anual, con clientes que no dudan en gastar hasta 150.000 euros por temporada. El broche de oro vino de la mano de *The New York Times*, que recomendó a Beirut como el mejor destino de vacaciones en un artículo que dio la vuelta del mundo gracias a libaneses expatriados y locales.

Marcas de renombre

Varias marcas de renombre de la moda, como Louis Vuitton o Dior, se preparan para desembarcar y abrir representaciones en su centro histórico, en el marco del megaproyecto Les Souks (barrio comercial) de Beirut. «El lujo se extiende como una mancha de aceite», dice Guillaume Budisso, de la inmobiliaria Ramco.

Durante décadas, el casco antiguo de Beirut, donde se superponen más de 3.000 años de historia, con sus estrechos *souks* (mercados) ruidosos y coloristas, era un lugar



► De lujo ► Una mujer pasa junto a una conocida relojería en el centro de Beirut.

RENOVACIÓN URBANA

«No son los zocos populares de mi juventud; me siento más en Europa que en el Líbano», afirma Randa

de mezcla y promiscuidad para libaneses de todas las clases sociales.

Fue justamente allí donde grupos armados locales y extranjeros lucharon durante la guerra civil, que destruyó gran parte de su tejido urbano. El resto lo hizo Solidere, la sociedad inmobiliaria fundada por Hariri, encargada de rehabilitarlo. Diseñó un nuevo plano urbano, dejando sin tocar manzanas elegantes de la época del mandato francés (1920-43).

El nuevo centro urbano se estrenó en el 2000, pero su proyecto emblemático, Les Souks, con una inversión de 60 millones de euros, tu-

vo que esperar hasta este año para abrir las puertas. Junto a marcas populares, este centro comercial -400 tiendas, entre ellas 49 de joyería-, incluirán nombres como Yves Saint Laurent o Burberry. Ocupan una manzana entera entre las calles Foch y Allenby, formando una especie de paseo de Gràcia barcelonés o de Sloane Street londinense.

«La capital libanesa es, ciertamente, un destino de lujo, sobre todo con la llegada de una clientela sofisticada e interesada en las marcas», indica a EL PERIÓDICO Patrick Chalhub, director general de Chal-

hub Group, que gestiona unas 200 marcas de lujo. Además, «el Líbano es reconocido por su creatividad en la artesanía y la alta costura, con diseñadores como Elie Saab y Zuhair Murad, que han logrado conjugar tradición y modernidad», argumenta. Según Chalhub, Les Souks atraerá a clientes con un elevado poder adquisitivo: libaneses expatriados y turistas del Golfo.

Calles elegantes

Las tiendas de lujo se alinean en callejuelas peatonales elegantes con una arquitectura *art nouveau* del periodo del mandato francés. «Se trata de una arquitectura antigua renovada, que tiene cierto encanto, algo que no se encuentra en el Golfo, donde todo es aséptico», subraya Budisso. «Beirut tiene una gran ventaja sobre Dubái, es su imagen. Para los turistas árabes, es el escaparate de todo lo que es de moda», opina Tony Salamé, director de Aishti, grupo libanés de lujo.

Sin embargo, esta visión del centro histórico no complace a todos. El nuevo centro «está dirigido a gente con dinero», asegura a este diario el arquitecto y urbanista Jade Tabet, autor de varios libros sobre el tema. «Los turistas del Golfo y los expatriados vienen dos meses al año. Los libaneses están excluidos; podrían pasear por allí, sin más. Es una pena», denuncia.

Mientras en Dubái el 85% de los habitantes son extranjeros, ya sean expatriados o mano de obra inmigrante, en Beirut, la mayoría de los ciudadanos son nativos del Líbano. «El centro de Beirut ha sido concebido como Dubái», se lamenta Tabet.

Algunos viandantes sienten nostalgia. «Ya no son los zocos populares de mi juventud», indica Randa Abi Rjaïli, mitad triste, mitad deslumbrada. «Han dejado los nombres de las calles de antes, pero me siento más en Europa que en Beirut», dice. Detractores y partidarios del proyecto de Solidere están de acuerdo en un punto: el tiempo hará el resto. «Una ciudad es algo que vive», concluye Tabet. ≡