



¿EL FIN DE LAS SUPERMODELLOS?

Una nueva era comienza. La top model Gisele Bündchen acaba de anunciar que seleccionará cada vez más sus trabajos y que priorizará su rol de madre. Con esta sentencia se desvanece cada vez más la presencia de modelos *celebrities*. Modelos y allegados al mundo *fashion* analizan las diferencias entre las *top* de los '90 y las de este nuevo milenio.

textos M. F. SANGUINETTI/V. MARIÑO fotos A. ATLANTIDA

Un *réquiem* sobrevuela al mundo *fashion*. Un dictamen negro y terminal lanzado, sentencia algo que ya muchos ya estaban intuyendo: las modelos del siglo XXI están condenadas al anonimato. Por más esfuerzo que se haya hecho por ser elegida para abrir el desfile de la casa número uno del momento, la cara y el nombre de la chica en cuestión pasarán al olvido en un santiamén. Para estas nuevas camadas, la realidad es poco alentadora y diferente a lo que se vivía en los tiempos de oro, cuando el mundo era de las supermodelos. Los nombres de Claudia Schiffer, Naomi Campbell, Kate Moss, Linda Evangelista, Eva Herzigova, Christie Turlington, Cindy Crawford, Helena Christensen, Carla Bruni, Stepha-

nie Seymour y Elle MacPherson dominaron el mundo de las pasarelas hacia fines de los '80 y a lo largo de la década siguiente. Indiscutidamente bellas y admiradas, estas pocas deidades tuvieron una influencia y trascendencia. Este fenómeno tuvo su pata local, a través de los nombres imborrables de Valeria Mazza, Bárbara Durand, Araceli González, Elizabeth Marquez, Mariana Arias, Deborah de Corral, Carolina Peleritti y Carola del Bianco, entre otras. ¿Qué sucedió? Lorena Ceriscioli, ex modelo y actual manager de la agencia *Lo Management*, lo pone en estos términos: "Si a mi mamá vos le hablás de Claudia, Naomi, Kate o Cindy; o de Mariana Arias, Florencia Raggi, Dolores Trull, Carola del Bianco ella sabe quiénes son. En

cambio si hoy le decís Karlie, Anya o Lara mi mamá tiene que ponerse a pensar". Las únicas que parecen salvarse del manto de glamoroso anonimato son la brasilera Gisele Bündchen y la argentina Dolores Barreiro, las últimas de una generación. "Claramente había veinte supermodelos. Cada una de ellas vendía un lifestyle, una personalidad y una superactitud. Hoy, en cambio, las modelos parecen descafeinadas y con fecha de vencimiento, como todos los productos del siglo XXI", resume Marcelo Sorzana, director de *Surreal Marketing & Publicity*, empresa dedicada a imagen, comunicación y prensa de diferentes marcas del mundo de la moda. Los especialistas piensan que ante la falta de mujeres inolvidables, las revistas de moda número uno se han



El último estabón.

Gisele Bündchen, la modelo brasilera de 29 años es considerada la única sucesora de la *super models* de los 90'. Flamante mamá, declaró que "seleccionará más sus trabajos". **A la izq.** La Trinidad, así se las conoció a Cindy Crawford, Naomi Campbell y Claudia Schiffer, las tres bellezas icónicas de los 90'.



Modelos anónimas.

1. Sasha Pivovarova (25), la ignota mimada de la firma Prada.
2. Maryna Linchuk (22), la musa de Miss Dior Cherie.
3. Karlie Kloss (17), del ballet a las pasarelas.
4. Lara Stone (25), Dientes separados, belleza imperfecta pero convocada por todos.
5. A la polaca, Anja Rubik (26), la llaman "la modelo perfecta".
6. Dicen que Natasha Poly (24) es la número uno... pero nadie la conoce.

visto obligadas a recurrir a actrices. Y si alguna duda cabe de todo esto basta recurrir a la misma Schiffer quien, ya en 2007, hablaba de la utilización de estrellas del pop o actrices para hacer publicidad. La rubia alemana dijo entonces: "Las modelos de ahora apenas son conocidas por el gran público. Supermodelos, así como fuimos nosotras, ya no habrá más".

LOS '90 Y EL PANTEÓN DE LAS BELDADDES. Los 90, un capitalismo aún no tan globalizado estaba pasando por un nuevo buen momento, un exitismo feliz y acritico, que quedó plasmado en aquello de "pizza con champagne". "El mundo era otro. No habían pasado un montón de cosas: no había calentamiento global ni habían derribado las torres gemelas. Los celulares e Internet no habían invadido nuestras vidas. Y tampoco ha-

bía tantas agencias de modelos", recuerda el manager Francisco Pancho Dotto, cuya agencia, Dotto Models, llevaba sólo seis años en el mundo de la moda y funcionaba, según él, como "una pequeña familia". Según Sorzana, de Surreal, "antes, los dueños de las agencias eran innovadores, trendsetters de un estilo vanguardista para ese momento. Lo mismo era válido para definir a los diseñadores, si bien el diseño no era tan democrático". Para comprender el surgimiento de las supermodels hay que tener en cuenta varias cosas que se dieron de forma única e irrepetible. "Los '90 intentaron sacudir esas prendas aparatosas de los '80 para ir hacia diseños más despojados. Así como sucedió en los '50, en los '90 la moda redescubre el concepto de mujer sensual, glamorosa y seductora", explica Patricia Doria, diseñadora de indumentaria (UBA) y profesora de la Universidad de Palermo (UP). Con ese marco, los diseñadores cobraron un protagonismo inusual, "elevados casi a la categoría de magos, venían a cumplir el deseo de todas las mujeres", dice Doria. ¿Y quiénes fueron sus musas? Las supermodelos.

"A diferencia de las modelos de hoy, que en su mayoría vienen de Europa del este, las supermodelos eran 'one of a kind'. Cada una supuso un arquetipo de belleza. Estaba la negra linda, la rubia perfecta, la morocha con el lunar. Todas eran bellezas personales", explica Florencia Mangini, diseñadora de Indumentaria. Mangini, por otra parte, agrega que esta camada de modelos marcó además un corte con las demás: fueron las primeras en usar el modelaje como plataforma para otras actividades económicas. Aunque después fue un fracaso Fashion Café —un emprendimiento de Campbell, Turlington, Schiffer y MacPherson en 1995— es un buen ejemplo de esta diversificación. Es válido decir lo mismo de Gisele Bündchen. Considerada por muchos como la última supermodelo debido a su alto grado de recordación popular, la top brasileña de 29 años y flamante mamá, ya lanzó Ipanema, una línea de ojotas, y Sejaa, una de cosméticos. También para Valeria Mazza, hija de aquellos años, quien hoy es dueña de una línea de anteojos y diseñadora de una línea que lleva su nombre. Pero funda-

¿En extinción?

1. Valeria Mazza, referente local de las *super models*. **2.** Kate Moss (36) siempre vigente, aunque ahora prefiere diseñar para Topshop. **3.** Linda Evangelista escandalizó a más de uno con su famosa frase: "No me levanto de la cama por menos de 10 mil dólares diarios". **4.** Christy Turlington. **5.** Heidi Klum, ahora conductora de *Proyecto Runway*. Fue una de las que más ganó el año pasado. **6.** Eva Herzigova (37) hizo historia con el comercial del Wonderbra.



mentalmente es dueña de un nombre, una marca registrada indeleble. Carolina Peleritti fue modelo en esos años y, al igual que todas las de su camada, su nombre está grabado a fuego en el imaginario colectivo. Ella recuerda que: "ser la cara de una marca, era muy fuerte: para las de afuera, la imagen transcendía a nivel mundial. Por otra parte, en esos años, los contratos que las marcas hacían con sus modelos eran muy fuertes". Pero, casi sin quererlo, algunas de ellas se convirtieron en reinas malcriadas y consentidas. "Pasaron a ser como Cenicientas modernas, viviendo vidas similares a las de Carolina de Mónaco o Sarah Ferguson... Sólo bastaba que apareciera un hada (los diseñadores famosos) que desembolsara sumas extraordinarias", apunta Doria. Lo del caché no es un tema menor. ¿Quién no recuerda cuando la canadiense Linda Evangelista reconoció que no se levantaba de la cama por menos de 10 mil dólares diarios? La prensa también tuvo mucho que ver en la construcción de este fenómeno. Al respecto, Peleritti cuenta que: "Había una cosa muy exacerbada. Además de ser modelos, nos convirtieron en personajes. Cuando salías a la pasarela, el público sabía perfectamente nuestros nombres y cómo seguían nuestras vidas al bajarnos de la pasarela". Los medios se hicieron eco de la vida de las supermodelos como nunca antes había sucedido. Nadie supo de la vida privada de Twiggy, pero el mundo supo de Naomi Campbell, su larga lista de novios, sus desplantes y hasta de su problema con las drogas. Lo mismo sucedió con Kate Moss (la única de grupo que, con su look anoréxico, no compartía la voluptuosidad del resto), que hasta fue fotografiada con-

sumiendo drogas. Alejandro García, editor de moda de *Para Ti*, explica: "La prensa no sólo explotó su carisma indiscutido sino también el escándalo que ellas generaban alrededor de sus vidas. Eran otras épocas. Hoy, que el mundo es otro y hay otras cosas más importantes, eso no vende".

LAS PASARELAS SIN NOMBRE. "Hace poco un representante de modelos de afuera con más de 20 años de experiencia me confesó: 'Antes nuestro desafío era posicionar a una modelo en el mercado. Y, una vez logrado, nos sentábamos a recibir contratos millonarios y decidir por sí o por no. La carrera ya estaba funcionando y teníamos años para desarrollarla. Hoy, cualquier new face de Europa del Este, puede abrir el desfile de Prada. Nuestro trabajo es mantener a esa modelo en el

candelero, algo que generalmente se nos hace imposible. Esta temporada estás; la próxima... Dios dirá", relata Ceriscioli en alusión a la moda de este siglo XXI, compuesta por un ejército de caras y cuerpos similares. Hay miles de agencias y caras interesantes, como las de Lara Stone o Karlie Kloss, pero olvidables. Según Alejandro García, tanto Stone como Kloss están en la categoría de supermodelos. Lo que cambió, asegura, es la definición de lo que hoy se considera modelo: "Estas chicas ganan fortunas; sin embargo, su vida no está ligada a los caprichos o a los escándalos ni tienen pretensiones de star". Paralelamente, el mundo ha sido testigo de otros cambios. "El ritmo de la tecnología y la búsqueda de la eficiencia marcan el ritmo de vida de nuestras sociedades. La aceleración de ciclos pendulares se registra con mayor velocidad que antes, y esto también se verifica en el ámbito de la moda", analizan Mariela Mociulsky y Ximena Díaz Alarcón de Tendsity. Y finalizan: "Hoy la belleza no supone una aspiración imposible de perfección como sí lo era en los '90. Hoy la belleza es más accesible, cercana y alcanzable, razón que explica el auge de las actrices en detrimento de las modelos". Para muchos, es imposible pensar en una vuelta de la era de oro, la de las supermodelos. Pero quién sabe. En el mundo de la moda, todo viene y va. Todo cambia, se detiene y vuelve a empezar. □