

Parla la model que va desbancar Pretty Woman

“No va ser fàcil caçar Richard Gere”

Se la disputen els modistes, guanya en una hora el que molta gent no guanya en un any; és la dona de Richard Gere, i ha signat un contracte multimilionari amb la Pepsi.

Lespot de la Pepsi Cola protagonitzat per Cindy Crawford, està pensat perquè a partir d'ara tots demanem aquesta marca i ens deixem de les altres. Cindy emergeix d'un flamant Lamborghini Diavolo, en una imatge que recorda *El naixement de Venus* de Botticelli. Però el clímax de l'anunci arriba quan Cindy acosta els llavis a una Pepsi glaçada. L'anunci ha estat qualificat d'"obra mestra de l'erotisme" per *Adversating Age*, la prestigiosa revista especialitzada en publicitat.

—*¿Com viu una model?*

—Es una vida molt més dura que no es pensa la gent. Avui Nova York, demà París i demà passat Milà. I has d'estar sempre en forma i preparada per a la feina, si vols mantenir la reputació de ser una autèntica professional. És impossible aguantar aquest ritme de vida, si no dorms almenys vuit hores diàries, si no fas exercici i segueixes una dieta equilibrada. Això t'obliga a fer una vida gairebé monacal.

—*Em sembla que exageres. Fa pocs dies et vaig veure al Bains Douches de París, i eren més de les tres de la matinada...*

—Bé, és clar, no faltaria, sinó. Però generalment, quan surto de nit, també és per feina: presentacions, còctels... en una paraula, vida social. En canvi, et queda molt poc temps per a tu mateixa, per a veure els amics...

Cindy Crawford és la reina de les *top models*. Cobra uns 15.000 dòlars per desfilada (més d'un milió i mig de pessetes). La seva cara (amb la famosa piga a la comissura dels llavis) ha aparegut a la portada de més de dues-centes revistes. Des de fa tres anys és la protagonista del seu propi calendari, del qual es venen centenars de milers d'exemplars. Per la campanya publicitària de la casa de cosmètics Revlon, ha cobrat noranta mi-

lions de pessetes. No goso demanar-li quants n'ha cobrats per ser la noia Pepsi.

—*¿Fora de la passarel·la ets una business woman?*

—Es inevitable. Tot i que l'agència controla i soluciona moltes coses, si vols que tot vagi bé, te n'has de fer càrrec tu mateixa.

—*¿Però què t'agrada més, aparèixer a la portada d'Elle o els negocis?*

—Tinc un cos fet per a pecar, però el meu cervell és fet pels negocis —*diu rient*.

—*¿Et tempta el cinema?*

—Sí, seria absurd que et digués el contrari. En el fons són professions molt similars. Quan era petita somniava que algun dia seria una estrella de Hollywood i he acabat convertint-me en una estrella del món de la moda. Sí, la veritat és que m'agradaria fer cinema, però no tinc pressa.

—*Ser la dona de Richard Gere deu obrir moltes portes...*

—Moltes models han esdevingut actrius, i no totes eren casades amb Richard Gere. Ell té la seva vida professional, i jo la meua. El què és cert és que des que visc amb ell tinc més relacions amb la indústria cinematogràfica, i per tant, més probabilitats. De totes maneres, insisteixo que no tinc pressa.

Havia de passar. Era inevitable. Richard Gere, "el cos", l'home més desitjat dels últims temps havia d'acabar trobant-se amb Cindy, "el rostre", l'única dona capaç de desbancar Julia Roberts.

—*¿Va ser un amor a primera vista?*

—Uí, no ho sé... No, va ser molt més complicat que tot això. No va ser gens fàcil caçar-lo —*riu*.

—*Fa uns dies el diari alemany Bild Zeitung deia que us heu casat perquè estàs embarassada...*

—No lleigeixo mai aquesta mena de diaris.

—*¿Les models tenen vida interior?*

—Es clar. Som com les altres. Tenim



Xampany, texans i caviar

- ¿Quina és la teva flor?
 —La rosa
 —¿Quin color t'agrada més?
 —El roig i el negre.
 —¿Un plat?
 —Caviar amb llimona damunt d'una torrada.
 —¿Bourbon o Xampany?
 —Xampany.
 —¿De què no podries prescindir?
 —D'un bon massatge.
 —¿I de què podries prescindir?
 —De qualsevol tipus de luxe.
 —¿T'agrada la roba sexy?
 —Sí, però no hi ha res més còmode que uns texans i una samarreta.
 —¿Existeixen els prínceps blaus?
 —No ho sé (riu)... Jo almenys sí que n'he trobat un.

D.C.

els mateixos problemes que qualsevol altra dona. Que ens considerin boniques, no ens soluciona la vida, al contrari. Sovint m'he plantejat per què faig aquesta feina, i, encara que no em creguis, no ho faig només per diners. Quan t'adones que fas feliç molta gent només perquè la teva imatge fa la volta al món, penses que realment val la pena. No sé si he respost exactament la teva pregunta.

—No, però bé. ¿Hi ha un bon feeling

amb la resta de models?

—Sí, encara que, per raons òbvies, és una professió molt individualista, hi ha molt bona relació entre nosaltres. Ens veiem tan sovint que és inevitable.

—¿Què vols dir amb això, que sou amigues per conveniència?

—De cap manera. Sopem juntes moltes vegades, tenim molt temps per a parlar i, en general, hi ha un ambient molt agradable.

—¿I si la Claudia Schiffer provés de robar-te el teu marit què faries?

—Això és el que us agradaria a vosaltres, els periodistes.

Hem de plegar. Cindy té pressa. D'ací a unes hores agafa un avió vers Milà. M'acompanya fins a la porta. Dreta (1,77,) fa encara més impressió. Provo d'imaginar la que deu produir en els homes que tenen l'ocasió d'estar tan a prop d'ella com hi estic jo ara. Segons el *book* de l'agència Elite, les mesures de Cindy C. (títol de la cançó que li va dedicar Prince) són 86-58-84...

És a punt de tancar la porta quan m'adono que m'he oblidat fer-li una pregunta:

—Cindy, ¿quants anys tens?

—Vint-i-cinc, a punt de fer-ne vint-i-sis.

—¿I què vols ser quan siguis gran?

—Riu, i tanca la porta.

Dianne Campbell

Traducció: Dolors Terraza

L'èxit és efímer

Segons els entesos, l'èxit de **Cindy Crawford** comença a declinar. Es va començar a parlar d'ella el 1985, quan només tenia dinou anys. A partir de 1988 va ser considerada la reina de les *top models*, títol que encara ostenta avui, per sobre de l'alemana **Claudia Schiffer**, la seva gran "rival". Però tot té un final, i en el món de la moda aquest arriba molt abans que en altres professions. Les agències de publicitat i els modistes consideren que una noia, als vint-i-cinc anys, ja està acabada. El problema no és que hagin "envellit" (només cal mirar les fotografies de qualsevol model d'aquesta edat per convèncer-se del contrari), sinó que la seva imatge, el *look*, ja està esgotat, massa gastat. I després hi ha les noves, que són el veritable problema. Al món hi ha avui centenars d'agències de models que només pensen en això, en descobrir un rostre nou per col·locar al mercat, en descobrir un nova *top*. Un

rostre i un cos que facin oblidar a tots (clients i consumidors) el rostre i el cos de les anteriors reines. ¿Qui serà l'afortunada, la indiscutible *top* dels noranta? Els especialistes encara no s'han posat d'acord, però comencen a sonar tres o quatre noms a tenir en compte: **Beverly Peele**, nordamericana de disset anys (1,80 m, 87-58-86), de l'Agència Elite de Nova York; **Eva Herzigova**, txecoslovaca, acaba de protagonitzar la campanya dels texans Guess, cosa que equival a una investidura, ja que han llançat a la fama a les models més guapes del món; **Elisabetta Romani**, italiana de metre vuitanta dos (90-62-92), vint anys; **Larisa Fielding**, nord-americana d'origen rus, medeix dos centímetres menys que l'anterior però les seves mesures també són de somni: 94-62-93. La competència, com es pot veure, és terrible.

D. T.

