

Models, les noves generacions

Superat l'enlluernament dels 90, quan es va glorificar la 'top model' fins a extrems impossibles, el món de la moda torna a la normalitat. Però, darrere la imatge perfecta, hi ha més gent: les anelles d'aquesta cadena de fantasia i de frivolitat.

Molts alumnes dels cursos de formació de model publicitària no saben si voldran ser models professionals i ho proven com un 'hobby'.

D'agències de models n'hi ha a centenars; només a Barcelona se'n poden trobar de tota mena: d'especialitzades en noies joves, en homes, en nens, en gent de la tercera edat, fins i tot en "models a trossos" (models de mans, de peus o d'orelles). D'agències que, a més, siguin escoles, ja no n'hi ha tantes. Més que res perquè costa de formar models, sobretot si després se'n van de les mans, temptades per agències amb més mitjans o amb més projecció exterior.

Potser va semblar sorprenent que la Teresa Gimpera (Igualada, 1936) deixés aparcat el cinema, ara fa uns quinze anys, per tornar als orígens, al món de la moda, i es muntés la seva pròpia agència. La Gimpera va entrar en el món de la moda, la dècada dels 60, per pura casualitat: "Vaig començar fent un anunci de cerveses; després em va veure la Nestlé i em va cridar per fer una nova feina, i així vaig anar encadenant una feina amb una altra. En aquella època no tenia ni agent: els clients em trucaven directament a casa, ens posàvem d'acord sobre el preu i jo feia l'espòt. Va arribar un moment que anava desbordada de feina; vaig arribar a sortir a la televisió anunciant cinc o sis productes diferents alhora! Això potser va fer que em convertís en una mena de fenomen social, en una època en què fer de model era encara força malvist: es considerava quasi exhibicionisme públic, una cosa gens seriosa".

L'any 1965 el director Vicente Aranda la cridà per fer un paper a *Fata Morgana*, i a partir d'aquí va continuar fent cinema amb assiduitat. "El meu pas de model a actriu es va fer d'una forma molt natural, no va ser gens premeditat; jo no estava preparada per a aquest nou



Els models han de saber actuar, però souso perdre la pròpia personalitat.

món. Recordo que el Vicente em deia: 'Teresa, camina normal!' Perquè ho feia com una maniquí de passarel·la i encara no m'havia adaptat al nou mitjà. Però crec que sóc una dona molt intuïtiva i molt fotogènica i això em va ajudar a captar de seguida allò que volia el director. I això, ho pots aprendre, però també s'hi ha de néixer; si no, per molt que t'hi esforcis, l'única cosa que fas es posar nerviós el director. També sóc una gran observadora i una gran absorbidora i, això, els directors ho saben, fins al punt que mai no he hagut de fer cap càsting. Bé, sí que en vaig fer per al Vittorio de Sica i per a l'Alfred Hitchcock, però van ser uns casos puntuals".

La Teresa ha alternat les aparicions al cinema amb la feina de directora de

l'agència fins avui, cosa estranya en una actriu que dels inicis s'havia encasellat en papers de dona bufona, d'un cert nivell econòmic. "Potser de tota la meua filmografia em quedaria amb *El espíritu de la colmena*, de Víctor Erice, perquè ofereix una altra imatge de mi. A les models, no sempre ens agrada de sortir estupendes; volem aprofundir unes altres personalitats. Quan vaig treballar, ara fa poc, en *El llarg hivern del 36*, amb la Ju-

"El *booker* és l'intermediari entre la model i els clients; ha d'aconseguir sempre la millor feina al millor preu per a la model i, alhora, mantenir el client com més content millor, perquè continui treballant amb l'agència". A l'agència de la Teresa Gimpera hi ha cinc *bookers* que es reparteixen la feina, no pas pel nombre de models, sinó per camps: una porta tot allò relatiu a les figuracions i als extres, des de nadons a gent de la ter-

que tenen o deixen de tenir, etc. S'ha de tenir molta cura en aquest tracte, i això no s'aprén. Hi ha qui vol tenir una relació purament professional i qui vol que estiguis més per ella", comenta Estruch.

La Marta, amb els anys d'experiència, pot presumir de saber, només veient per primer cop una noia, si servirà de model i si la podran fer pujar de forma conseqüent. Tan bon punt agafen una model li fan un contracte d'exclusivitat, que pot variar segons la durada i la categoria. "S'ha de tenir en compte que formar una model és una inversió, i no solament econòmica, sinó també de temps, de relacions. És per això que mirem de segellar d'alguna forma aquesta relació; és clar que sempre es pot rescindir el contracte quan la model estigui descontenta amb l'empresa, perquè no hi ha cosa més incòmoda que treballar amb algú que no ho fa de gust. Amb les altres agències, pots tenir-hi una bona relació personal, però costa que s'estengui al terreny professional, perquè si tens una noia jove que pot ser una gran promesa, quan surt al carrer, no passen ni cinc minuts que ja ve una altra agència a fer-li proposicions de treballar-hi, i abans de passar el semàfor, ja tindrà una nova proposició... Això funciona així. I aquesta és potser la pressió més difícil de suportar, no només per la model, sinó també pel *booker*, perquè ha d'estar contínuament convencent la noia que aquí és on la tracten bé, per molt més que li ofereixin a una altra banda".

Una manera de reclutar models és l'*scouting*; buscar nous talents al carrer o convocant concursos; una altra, el planter que és l'escola de l'agència, encara que la Marta sigui força escèptica en aquest sentit: "Al cap de l'any fem quatre cursos, amb una mitjana de deu persones per curs; si de totes les promocions ens surt una noia que realment serveixi de model, ja em dono per més que satisfeta. És una mitjana baixa, ja ho sé, però s'ha de ser realista".

I la realitat és que un curs de formació de model publicitària, de moda o de passarel·la consta, a l'escola de la Teresa Gimpera, de cent vint hores lectives: dues hores diàries, del dilluns al divendres, durant tres mesos. Els ensenyen els secrets de la passarel·la, aprenen estilis-



Santi Hernández, fotògraf: "Quan vaig començar a fer treballs de moda, m'havia de fer conèixer, però és difícil perquè és un món molt tancat, que funciona per influències".

dith Mascó, recordo que en parlàvem, perquè ella no estava acostumada a veure's amb un altre aspecte, sinó el que en presentaven els mitjans de comunicació, sempre perfecta, amb els cabells meravellosos i el rostre immaculat".

És potser per això que la Teresa se sent molt més còmoda darrere la taula de directora que no pas prodigant-se socialment. La feina de directora és de supervisar tot el que es fa tant a l'agència com a l'escola, d'entrevistar les noies que volen fer el curset de model i de discutir amb els altres membres de l'empresa quina té més potencial i quina es podrà promoure millor en el futur. La feina del dia a dia, la de posar en contacte les models amb els clients, la delega als *bookers*. La Marta Estruch n'és una.

cera edat; una altra es fa càrrec dels espots de la televisió; dues més s'encarreguen de les aparicions a la premsa, fotografies de moda, catàlegs; i l'últim, un noi, porta les relacions internacionals.

"En la relació entre model i *booker* sempre has d'acabar fent molt més que no desitjaries: la cosa ideal seria de tramitar les feines i de decidir els preus amb els clients, enviar-los la model, cobrar i llestos. Però s'ha de tenir en compte que sovint són noies joves que necessiten un còmplice en aquest món, perquè les amigues no les poden aconsellar i la família no en té gaire idea o viu lluny, de manera que et toca una mica el paper de l'amiga amb experiència, això si no has de fer de mare o de psicòloga. Acabes assabentant-te dels xicotets

me, maquillatge i perruqueria, però també a saber posar davant la càmera, a banda matèries complementàries però bàsiques en la formació, com són la interpretació, la gimnàstica o la dietètica. Tot això surt per unes dues-centes vint-i-cinc mil pessetes, inclosa la matrícula. Precisament una de les assignatures que més agradablement sorprenen els alumnes és la d'art dramàtic; la professora que se n'encarrega és la Cristina Lugstenmann, ballarina de dansa contemporània i actriu ocasional: "Aquesta assignatura és important per a la model, perquè l'ajuda a fer servir el cos i a saber mostrar la roba. A més, en fotografia és molt important l'expressió que fa, ara més tendra, ara més sofisticada. La model, de totes maneres, crec que sempre ha de ser ella mateixa, no ha de perdre la personalitat, perquè, si no, acabaríem essent totes com robots. Entre els alumnes que he tingut veig que la cosa més difícil és que perdin la timidesa: normalment es troben en una edat fràgil, la pubertat, i moltes coses no les tenen assumides, com les relacions entre persones; per això treballem molt la improvisació. D'una altra banda, com que són tan joves, ràpidament assumeixen els elements teatrals, perquè també faig classes a un altre grup de gent més gran, que ja hi són més reticents. Interpretar és com jugar, recuperar el nen que portem a dins".

Molts dels alumnes que assisteixen als cursos no saben gaire si voldran ser models professionals, i ho proven com qui podria provar una altra cosa, una mica com un *hobby*. N'hi ha que ho veuen molt clar, i si això no els surt com es pensaven, es preparen una sortida d'emergència. És el cas de la Marta Planes, una de les alumnes, que, amb divuit anys, ja es veu una mica massa gran per a aquest món: "A quinze anys ja m'hi volia apuntar, però els pares volien que acabés d'estudiar i que, després, ja tindria temps de decidir-me. Com a model, abans d'això havia fet només alguna coseta, desfilades per a botigues de roba a Girona, d'on sóc, i també una desfilada de maquillatges corporals. És normal que vinguis aquí amb unes idees al cap, perquè la família o els amics sempre et diuen que ets molt bonica i que tens moltes possibilitats, però així que arri-



El booker és l'intermediari entre els models i els clients; ha d'aconseguir sempre la millor feina al millor preu per al model i, alhora, mantenir el client com més content millor.

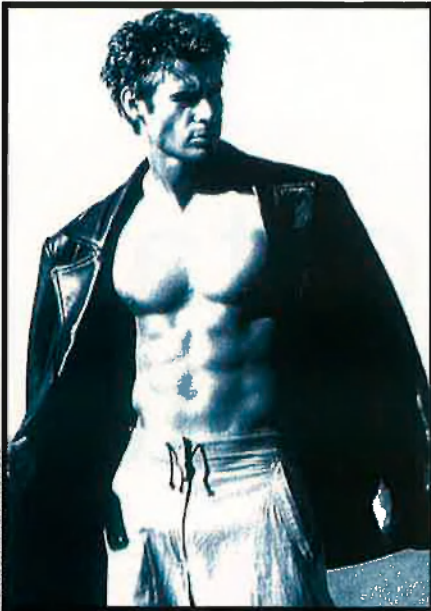
bes aquí veus el món real, i és molt fumat, perquè la competència és molt forta i sempre corres el risc que l'agència et digui que no els interessen. Per això jo procuro ser realista, així que després d'això, estudiaré pintura i art dramàtic, que de sempre m'ha interessat molt".

Dir que et vols dedicar a ser model encara avui fa canviar el posat de la gent que t'envolta. "Als meus pares, sempre els ha semblat bé que m'hi dediqués o, si més no, no m'hi han posat cap impediment, però em diuen que no em faci gaires il·lusions, que no és pas un món fàcil. Amb les amigues encara en parlem, però quan conec gent no els explico gaire què faig perquè es poden pensar que sóc creguda o que em passo el dia pensant en el meu físic", diu la Marta.

Rostres amb projecció de futur.

I si n'hi ha que encara són a la fase de l'aprenentatge, també n'hi ha que ja fa temps que han acabat la formació i que ja comencen a fer feines. És el cas de la Carol Espuña, model de dinou anys, que, amb el seu metre setanta-vuit i unes mesures més que correctes de 90-63-91, sembla més estilitzada i alta que no pas en fotografia. I encara que en persona sigui tot dolcesa, les fotos del *composit* (carpeta amb les millors fotografies, per a ensenyar als clients) s'entesten a mos-

trar-la agressiva i feréstega, com una felina urbana. "Encara que sembli un tòpic, sempre m'havia agradat el món de la moda i que em maquilessin, canviar-me de vestits, això tan típic de quan ets petita, fins que un dia em van regalar una entrada per a una desfilada i llavors sí que em vaig decidir: faria què fos per entrar-hi. Vaig buscar una escola, vaig fer el curs i vaig començar a fer feinetes. Ja he fet fotografia de moda, passarel·la i espots, i en tots aquests tres camps m'ho passo molt bé, tant és així que quan vaig fer televisió era quasi com si no treballés. Però com que sóc molt perfeccionista, sempre penso que podria quedar millor", diu la Carol, que en el seu currículum ja pot presumir d'haver aparegut en anuncis per a Cacaolat, per al Ford Mondeo i en nombrosos "redaccionals" de moda (pàgines de la revista que mostren fotografies de vestits i complements de temporada). "M'agrada molt aquest món, però, per si un cas, he començat un curs, en horari nocturn, de publicitat i relacions públiques, que puc compaginar amb els càstings. Igualment, quan arribo a classe, miro de ser una alumna més, no m'agrada dir que treballa de model; els meus amics ja ho saben i en pateixen, i és que sempre sóc de les que arriben tard, perquè m'he entretingut en un càsting. Però, als qui co-



TERESA GIMPERA MODELS

Ángel Molinos, de 28 anys, afirma que la moda és un món de bojos molt estressant.

“Amb la família i els amics sóc l'Ángel de tota la vida, però és difícil que els altres ho vegin així; ets 'l'Ángel model' i et tracten diferent, encara que sigui sense voler.”

nec de nou, no els dic res, vull que m'apreciïn com a persona, no pas pel físic. De vegades, quan algú se n'assabenta, no sé què ho fa, però notes que et tracta diferent”. La Carol no té encara una fita clara en el món de la moda, però no dubtaria a deixar-ho tot, si li oferissin una bona feina a l'estranger, perquè, segons ella, “els estudis, sempre ets a temps de reprendre'ls, però la joventut i l'edat de treballar en això, no és pas recuperable”.

Models masculins. Si normalment es diu que en tota professió, per una mateixa feina, la dona és més mal pagada que no pas l'home, en la professió de model la cosa és diferent: són els homes que van molt endarrere quant a sous i feines. I si no, demaneu-ho a l'Ángel Molinos, un model que als vint-i-vuit anys comença a ser considerat més que una promesa i que podria arribar a *top* abans de gaire. “Hi ha molt pocs models que es puguin considerar *top*, si més no entre les dones, i la majoria es concentren a l'estranger, més que res perquè ho treballen més i també perquè s'ho creuen més. A Espanya n'hi ha un parell o tres, com a molt, que treballen fort a l'estranger”, explica Molinos.

L'Ángel va arribar de Jaén amb vint anys a Barcelona, després de deixar penjada la carrera de filologia anglesa,

i va descobrir una ciutat cosmopolita, amb molta més projecció internacional que no pas Madrid: “Però no tot ha estat bo, perquè això és un món de boigs, amb molta pressió i molt d'estrès, i no es tracta només de fer goig a les fotografies o als anuncis, que al capdavall és el producte final, sinó de tot el que hi ha al darrere, que et fa patir molt; és anar contínuament als càstings i que et diguin que no; és els nervis que passes quan veus una vuitantena de nois que penses que són millors que tu... Encara que jo confio molt en la meua naturalitat davant la càmera (el meu secret és no ser gens fictici), això i la paciència és el que més m'han ajudat, perquè aquesta professió és plena d'enveges, de gent que només et vol enfonsar i necessites una força interior que t'ajudi a resistir”.

Sembla que ho digui amb un cert ressentiment, i això que el seu currículum és prou envejable, perquè ha fet campanyes per a Volvo, Mitsubishi, Dockers o Cannon, i ha desfilat per a Hugo Boss, Moschino o Dolce & Gabbana, per dir-ne uns pocs. “Al principi estàs nerviós perquè has de desfilat amb gent tan important, però després veus que aquestes poden ser unes feines tan interessants com qualssevol altres i no per això has d'agafar fums. Quan torno a casa, amb la família i els amics de sempre, torno a

ser l'Ángel normal de tota la vida, però és difícil que els altres també ho vegin així, perquè et tenen per 'l'Ángel model' i et tracten diferent, encara que sigui sense voler. Vull anar a Nova York, però només ho faré quan vegi que tinc una bona oportunitat, perquè allò sí que és dur i competitiu, i no voldria pas fer una relliscada”, afirma.

En aquesta cadena quasi de muntatge, no oblidarem pas la figura del fotògraf de moda, l'artífex final del producte resultant i un autèntic artista en la seva especialitat. En Santi Hernández treballa també per a l'agència de la Teresa Gimpera, on fa les fotografies dels *books* de les models principiants i classes de fotografia a les alumnes del curs: “Vaig començar a treballar de fotògraf fa uns deu anys, però només en fa quatre que em vaig especialitzar en moda. Al principi, com tants més, feia servir les amigues de models; sempre m'ha agradat més de treballar amb persones que no pas tancat en un estudi muntant natures mortes. Quan ja vaig començar a fer treballs de moda, m'havia de fer conèixer, però és força difícil perquè és un món molt tancat, que funciona molt per influències, i si ets nou i no tens contactes ni una referència de ningú de dintre és difícil que es mirin la teua feina: a les redaccions de les revistes, hi arriben un munt de *books* que poden ser interessants, però les decisions de les directores d'art no sempre corresponen a criteris de qualitat”.

No hi ha res més passat de moda que la moda; tot ja és més que inventat, i així la moda va per cicles i recupera tendències d'èpoques anteriors per adaptar-los als nous teixits. “Darrerament –diu el Santi– no es busca ja un efecte purament estètic i que la model quedi molt bufona i el vestit ben mostrat, sinó que es persegueix més el xoc. En aquest procés cíclic m'imagino que d'aquí a vint anys tornaran a la moda les fotos d'ara”.

En aquesta repassada dels artífexs del món de la moda hi falten molts agents intermedis, com el maquillador, el perruquer, l'encarregat de llums, etc. Les agències d'avui modelen els somnis de futur de molts joves que volen ser una Cindy Crawford o un Mark Vanderloo.

Guillem Medina