

CHARLOTTE SEELING

MODA

EL SIGLO DE LOS DISEÑADORES

1900 - 1999







1980-1989

¿Qué podría haberse esperado sino? Tras los "swinging sixties" y los salvajes setenta, los ochenta marcaron un retroceso: fueron el desquite de los hippies y de sus culturas alternativas, del rechazo a la riqueza y el poder. Por fin volvía a estar de moda ganar dinero, vestirse bien y no interesarse por la política.

Los años ochenta fueron la década de los contrastes. Nunca antes se había consumido de una forma tan irreflexiva mientras el abismo que separaba pobres de ricos iba aumentando. Finalmente, la gente podía entregarse al lujo sin restricciones. Era la "Gimme Decade" (de "give me", dame), tal como la calificó acertadamente el escritor Tom Wolfe. En 1979, después de que Ronald Reagan fuera elegido presidente de Estados Unidos y Margaret Thatcher sustituyera al Partido Laborista en Gran Bretaña, el rumbo cambió definitivamente: el mundo Occidental volvió al conservadurismo.

En la moda, todo empezó de forma bastante inocente. La alocada época punk se asentó, los peinados en punta de estilo mohicano se incorporaron al

repertorio general de la moda. El punk elegante llegó incluso a la pasarela. Pero en Inglaterra, su país de origen, los punks ya habían pasado a la historia. La mayoría de las mujeres se entregó al principio a la fiebre romántica: Vivienne Westwood presentó con gran éxito su romántica colección pirata. Boy George y Prince lucían divertidos atuendos de terciopelo, blusas con volantes y trajes de fantasía. Y lady Diana se casaba en 1981 con su príncipe Carlos vistiendo un traje de ensueño que

iba a ser copiado a millones. Todas las mujeres, jóvenes o adultas, soñaban con ser lady Di. La fidelidad matrimonial, considerada desdeñable en los setenta, volvía a ser aceptada en sociedad gracias a Diana.

Pero el espíritu romántico no se prolongó demasiado, puesto que la década pronto mostró su verdadero rostro: los *babyboomers*, producto del aumento de nacimientos que tuvo lugar en los años sesenta, habían crecido y por encima de todo querían ganar dinero, tanto como fuera posible, lo más rápido posible, sin mostrar ningún tipo de respeto hacia sí mismos ni

Sin temor al poder ni a la moda. Codo a codo con los presidentes de estado de todo el mundo, Margaret Thatcher, la primera jefe de estado europea, introdujo el típico y discreto traje a rayas de tonalidades oscuras para la mujer que quería hacer carrera en el escenario internacional de la política.



Página anterior:

Grace Jones simbolizó como nadie el *glamour* disco de los setenta y el poder de las mujeres en los ochenta. La jamaicana trabajaba de modelo, cantaba y era actriz. Y aun así se trataba de un producto artificial: Jean-Paul Goude, el creador de imagen francés, transformó a la atlética cantante pop en un icono de agresiva belleza femenina. El peinado y el maquillaje eran también producto suyo.

Página 485:

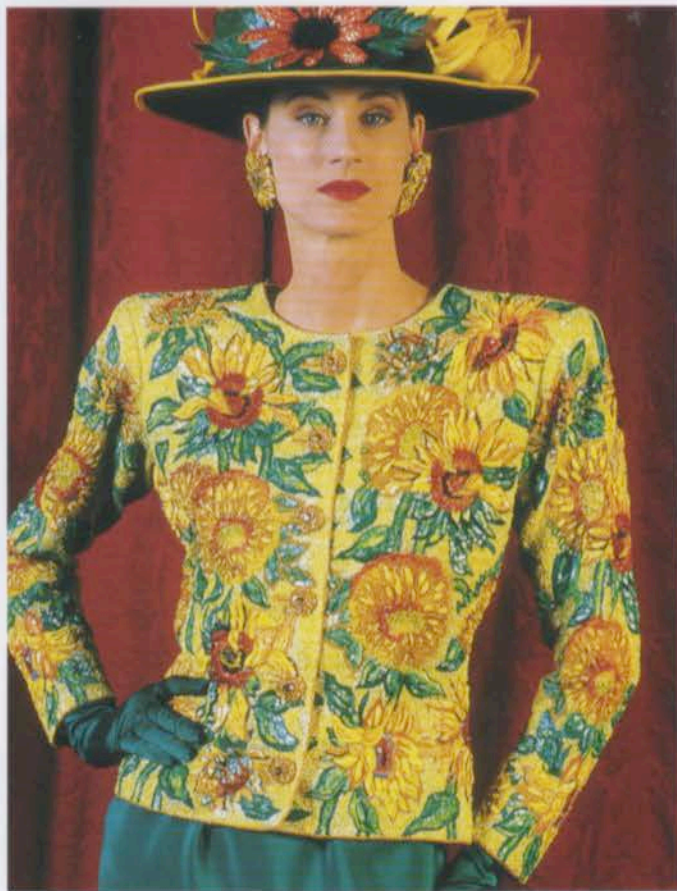
Incluso el escote lo señala: aquí llega una mujer de éxito que puede permitirse la moda exclusiva de Yves Saint Laurent durante el día. Se trata de una variación de la clásica chaqueta de esmoquin para mujeres, combinada con llamativas joyas. No resulta nada fácil pasar ante los anchos y marcados hombros de la mujer dominadora. Así se presenta la mujer de los ochenta.



Riqueza, poder y sexo: al igual que *Dallas*, la serie *Dinastía* giraba alrededor de los tres grandes temas de los ochenta. La indumentaria de la "buena", Krystle Carrington (con melena rubia), y la de su intrigante y no menos atractiva rival, Alexis, era para millones de espectadoras la encarnación del lujo, e hizo famosas a ambas damas en el mundo entero.

hacia los demás. Los sindicatos y otras organizaciones solidarias ya no interesaban a nadie. El lema era "Work hard, play hard", es decir, el dinero ganado con tanto esfuerzo se gastaba tan pronto se cobraba. Quien realmente quería estar de moda debía trabajar doce horas diarias y luego ir de fiesta todas las noches. Vestirse adecuadamente era de vital importancia para poder progresar. La fórmula mágica era "dressed for success" (vestida para triunfar). Nancy Reagan y Margaret Thatcher así lo demostraron.

El símbolo de los ochenta fueron los yuppies (*young urban professionals*), los cuales podían llevar traje y corbata sin tener que parecerse necesariamente a sus padres. Para muchos, ello representó una descarga liberadora frente al "terror de la dejadez" que imperaba en



Esta chaqueta con girasoles de Yves Saint Laurent demuestra que la moda de los años ochenta podía ser extremadamente rica y exuberante, sin tener que responder al *glamour* de los nuevos ricos. Los bordados inspirados por el famoso cuadro de Van Gogh son de la casa Lesage.

los setenta. El yuppie ideal era soltero y no tenía hijos, trabajaba en bolsa, era abogado o hacía carrera en los medios de comunicación. El hombre yuppie se vestía de acuerdo con el denominado *power look* o estilo agresivo: los trajes cruzados de Armani, Hugo Boss o Ralph Lauren, con hombreras extremadamente remarcadas similares a las de la serie televisiva *Corrupción en Miami*, eran obligatorios. Simbolizaban su ambición y la mentalidad de abrirse paso a codazos, es decir, era la imagen externa de su actitud interior ante la vida. Aunque en algunos diseñadores como Armani la silueta del hombre ganó en masculinidad gracias a las hombreras, en conjunto, los creadores de moda intentaban feminizar la moda masculina. Por fin los hombres podían lucir tejidos suaves y con caída, estrechas corbatas de cuero,



Prioridad para la mujer consciente de su valía: la colección de invierno para 1979-1980 mostraba elegancia y refinación. La falda de corte asimétrico con abertura lateral de Yves Saint Laurent (izquierda) combina con un jersey de manga larga y un cárdigan de lana gruesa. Sonya Rykiel (derecha) presenta una falda cruzada abrochada en el lateral junto con una chaqueta con faldón y un jersey.

zapatos de colores. *Corrupción en Miami* reflejaba todo lo que los ochenta podían ofrecer: sol, playa, palmeras, música pop, cócteles, cocaína, trajes de diseñador, gafas Ray-Ban, machos... *Corrupción en Miami* era una auténtica pasada.

De día, la mujer yuppie, tan generalizada como su complemento masculino, llevaba un traje de estilo agresivo muy entallado, con hombreras igualmente exageradas, una falda corta y estrecha, y una elegante blusa. Además del traje de negocios, el traje pantalón se generalizó como uniforme de trabajo entre las mujeres con cargos directivos. Las hombreras, tomadas del atuendo masculino, les permitían irradiar autoridad y poder, así como poner en práctica sus ansias de emancipación. Aunque sus sueldos siguieran siendo peores, lentamente

podían empezar a medirse con los chicos, en la bolsa o en cualquier despacho. En música, las cantantes Grace Jones y Annie Lennox, con el pelo muy corto, la mirada fría y unas formas corporales angulares demostraron a los hombres quién mandaba. A pesar de todo ello, a las mujeres les gustaba compensar ese estilo masculino y agresivo con ropa interior cara.

La moda nocturna también era agresiva; era todo lo contrario del traje de tonalidades discretas que usaban en el trabajo, aunque los hombros seguían siendo muy remarcados. Las prendas rayaban el histerismo: faldas globo, mangas abullonadas y tejidos brillantes de colores estridentes. Christian Lacroix fue el diseñador más codiciado de la década en lo que a trajes de noche se refiere, y está considerado como el renovador de la alta costura. Se entregó al neobarroco y diseñó trajes muy llamativos y llenos de fantasía que permitían a la mujer de carrera lanzarse a la aventura por la noche.



Los cuellos con lazos y los escarpines de tacón alto aportan un toque femenino al estilo sport e informal de Pierre Cardin, formado por pantalón y blazer.



En 1988-1989, Pierre Cardin creó su falda tutú para la alta costura, inspirada en el traje de bailarina.



Entre la sobria bata de un médico y la imagen futurista de astronauta: un vestido-abrigo de la casa Balmain.

Las series televisivas como *Dallas* o *Dinastía* son ideales para estudiar la moda y el sentimiento vital de los años ochenta. En *Dallas*, JR Ewing, Bobby, Pamela y Sue Ellen demostraban lo bien que se podía vivir con mucho dinero en un lujoso rancho llamado Southfork. Pero con las continuas sacudidas que les deparaba el destino parecían querer transmitir también otro mensaje: el dinero no hace feliz. "Sólo tranquiliza los nervios", rezaba una canción del momento.

Era algo de lo que los yuppies de los ochenta no querían ni oír hablar. Para ellos, los problemas morales, ideológicos y políticos no existían. ¿Para qué? Después del doble acuerdo de la OTAN en 1982, la paz mundial estaba asegurada atómicamente. Y a mediados de la década, el nuevo héroe popular, Mijail Gorbachov marcó el fin de la guerra fría con la glasnost y la perestroika. Para aquellos que lograron subirse al carro del crecimiento económico, los ochenta fueron más bien un período tranquilo, comparable al de los años cincuenta. Estaba creciendo una generación políticamente

frustrada y sin rumbo, que durante su juventud no tuvo que sufrir ni la guerra ni el hambre ni grandes represalias educativas. ¿Para qué —y sobre todo— contra quién luchar? ¿Por qué no adorar, en su lugar, el vil metal? Se llevaba el pragmatismo puro, que a su vez generó la enorme presión del éxito. Y es que uno podía caer tan rápido como había subido.

Los yuppies llevaban una vida con muchos gastos, sin ningún sentimiento de responsabilidad. Comían en restaurantes de tres cubiertos, pasaban la noche en hoteles de cinco estrellas, fletaban un jet adonde fuera. Lo importante era que fuera caro. En lugar de gozar del tiempo libre, sólo las compras aceleradas proporcionaban el relajamiento necesario. En lugar de mantener relaciones intensas, se daba preferencia a los contactos a toda velocidad y al sexo desenfrenado. El ídolo del pop, Madonna, cantaba el himno de los ochenta: "I am

Página siguiente:

Infame, dura y muy, muy femenina... así se presentaba Madonna en los conciertos de su gira *Blonde Ambition* en el año 1990. Encargó el diseño del body a Jean Paul Gaultier, ex profeso para la gira.





a material girl, I am living in a material world" (soy una chica materialista, vivo en un mundo materialista).

No solo el trabajo y la diversión eran excesivos, también se disparó la fiebre de la buena forma física: el culturismo y el aeróbic eran una obligación tanto para hombres como para mujeres (que también en este ámbito intentaban conseguir formas masculinas, salvo en la zona del pecho, que de nuevo podía ser exuberante). Calvin Klein puso la guindilla a esos esfuerzos con el diseño de calzoncillos para mujeres, que en poco tiempo se convirtieron en un éxito de ventas.

¿Qué era exactamente masculino y qué era femenino? Estrellas del pop como Prince, Michael Jackson y Boy George ejemplifican el cambio de identidad masculina de los ochenta. Su imagen femenina, con abundancia de maquillaje, ropa sexy y largos y cuidados rizos, demostraba que el mundo de la coquetería ya no era dominio exclusivo de las mujeres. Los hombres empezaban a preocuparse por su aspecto y, por primera vez, les importó el tipo de ropa interior que usaban. En los años ochenta se llevaban siempre boxers, a ser posible de colores, o con figuras de cómic o Disney... una evolución que con toda probabilidad se debe al incremento de concienciación del movimiento gay.

Siguiendo la estela de la oleada del aeróbic, la lycra empezó a popularizarse y a influir en la moda. Nunca antes un tejido había realzado tanto el cuerpo. La mujer de los ochenta podía salir a la calle simplemente con unos leggings y un body. Al diseñador de origen tunecino Azzedine Alaïa se le conoce como el "rey del stretch" puesto que inspiraba sus diseños en la lycra y otros tejidos elásticos. Sus vestidos se ajustaban al cuerpo y remarcaban estupendamente las curvas femeninas, de forma similar a los trajes de Madeleine Vionnet, aunque ésta lo lograra simplemente con el corte.

Página anterior:

Mientras las mujeres cada vez lucían más atributos masculinos, los hombres empezaron a descubrir sus facetas femeninas: durante los años ochenta, poca gente se lució con más colorido y estridencia que la estrella del pop Boy George, con sus amplios atuendos, su llamativo maquillaje y exuberantes escenificaciones. La fotografía es de Pierre & Gilles.



Azzedine Alaïa se ha hecho famoso gracias a su inimitable forma de realzar y configurar las formas del cuerpo femenino... con la ayuda de una técnica de corte perfecta y de los tejidos elásticos. En la fotografía, el "rey del stretch" entre Grace Jones y su "musa" Linde Spiering.

Los años ochenta fueron, por encima de todo, la década de los creadores de moda. Hasta entonces, el diseño de moda había sido principalmente una cuestión de creatividad, pero ahora el marketing se encargaba de proporcionar el éxito al creador. Por fin los diseñadores americanos consiguieron ser aceptados en el Olimpo de la moda, precisamente por ser los primeros en darse cuenta de ello: Calvin Klein y Ralph Lauren se convirtieron en gigantes del marketing y lograron unas ventas enormes. Los italianos también aprendieron rápidamente la lección: Milán recibía cada vez más atención, y no únicamente a raíz de las celebraciones y los regalos que dedicaba al sector de la moda.

Jean Paul Gaultier y Vivienne Westwood odiaban el discreto corte en los trajes de negocios de los diseñadores yuppies como Giorgio Armani, Ralph Lauren, Calvin Klein, Claude Montana y Donna Karan. Buscaban la opulencia, lo alocado, el derroche, y se entregaron



Los amplios motivos floreados típicos de Kenzo: parece que ha nacido una nueva generación del "flower power". Modelo de 1987.

enteramente al color, a las formas, buscando romper con el estilo. Westwood embutió a sus modelos en minicrinolinas, y Gaultier vistió a sus modelos masculinos con faldas y engalanó a Madonna con pechos puntia-gudos y galácticos. ¿Qué habría sido de los años ochenta sin Madonna? Cada caño sorprende con un nuevo atuendo, una nueva imagen, y sus fans lo tienen difícil para seguir el ritmo de sus cambios de imagen. Antiguamente, las divas cultivaban un estilo muy determinado y personal, pero Madonna ha demostrado que una estilización es suficiente. Nadie marcó la cultura pop de los ochenta ni mantuvo una relación tan estrecha con la moda como Madonna. Con gran habilidad, supo hacer enteramente suyas las etiquetas que más furor causaban



Una y otra vez, la inspiración del modisto japonés parte de los trajes populares y regionales. Kenzo, 1985-1986.

en cada momento, entre ellas las italianas Dolce & Gabbana y Versace. Tiene un olfato infalible para las tendencias de la temporada y con sus nuevas identidades atrae a un público formado por millones de personas. Prostituta de lujo, chica de la calle, estilo diva Marilyn Monroe, desde puta hasta santa, Madonna ha demostrado que una mujer puede ser cualquier mujer si se sirve del estilo adecuado.

La otra superestrella de los ochenta, Michael Jackson, que durante toda la década mantuvo siempre al margen a su rival Prince —sin duda, mejor músico—, se refugiaba cada vez más en un mundo de fantasía, de acuerdo con la tendencia general. *La guerra de las galaxias* supuso un gran éxito comercial, y se produjo una



Una creación cuya belleza radica en el movimiento del material y no en el realce del cuerpo. Miyake, 1983.

explosión de filmes de aventuras, así como de películas sobre el baile, como *Flash Dance*, *Dirty Dancing* o *Fama*. Olvidemos los problemas, sencillamente divirtámonos; después puede llegar el fin del mundo. Este escapismo extremo era, en parte, consecuencia de los años setenta, tan excitantes políticamente como agotadores, marcados por un compromiso y unos esfuerzos totales.

El gran contraste a la moda occidental de los años ochenta fue la moda de Extremo Oriente. Las ideas más originales y creativas procedían de Japón, de Yohji Yamamoto, Issey Miyake y, ante todo, Rei Kawakubo, diseñadores que actuaron como elemento purificador para la cursilería y los excesos de sus colegas ingleses, americanos, franceses e italianos. Sus principios eran el



El atuendo de varias capas de Kawakubo, con un corte parecido al de un saco, contrasta fuertemente con la tradición occidental. Comme des Garçons, 1984-1985.

ascetismo y la deconstrucción, con los cuales llegaron a cuestionar todos los valores vigentes hasta entonces. La moda japonesa se basaba en prendas holgadasísimas en forma de saco que envolvían el cuerpo conscientemente en lugar de exhibirlo. Era una novedad única, lo nunca visto en la historia de la moda. “¿Por qué gastar todo nuestro dinero en salud y buena forma si al final parecemos indigentes?”, se quejaba una periodista.

Rei Kawakubo, de Comme des Garçons, escondía el cuerpo femenino bajo varias capas de tejido. Sus atuendos geométricos negaban las nociones tradicionales de la moda occidental. No eran decorativos ni adulaban la figura; precisamente por ello, su moda funcional y carente de espectacularidad se manifestaba asombrosamente

Photo: Peter Lindbergh

Wir danken Fore-Crespi für ihren 10-jährigen Einsatz im Kampf gegen AIDS



MOSCHINO

"Die Anzahl der mit HIV
infizierten Menschen in der
Welt steigt täglich.
Durch den Gebrauch eines
Präservatis wird eine
Infizierung verhindert. Noch
immer besteht die AIDS - Gefahr
darin, die Krankheit zu ignorieren."

J.C. CHERMANN
Direktor der Forschung
Französisch Nationales Gesundheits-und
Medizinisches Forschungsinstitut
Forschungseinheit für Retrovirus und
Assoziierte Krankheiten

radical. Aun así, esta inconformista experimentó un gran auge en su medio, ya que creaba ropa para un tipo de mujer que no existía diez años antes, la mujer que quería demostrar su independencia personal y financiera.

Aunque los primeros desfiles de Comme des Garçons recibieron muchas críticas, intelectuales, artistas y creadores de opinión se entusiasmaron rápidamente. Que artistas como Dennis Hopper, Robert Rauschenberg y Francisco Clemente desfilaran para Comme des Garçons, que sus tiendas tuvieran el aspecto ascético y frío de una galería de arte, y que artistas como Cindy Sherman expusieran su obra en ellas, era toda una novedad. Con ello, el viejo sueño

de los creadores de moda se hizo finalmente realidad: moda y arte unidos en una simbiosis.

Todos los que creen que los yuppies y su dinero fueron los únicos que marcaron los años ochenta andan equivocados; también lo hizo la cultura juvenil, aunque excepcionalmente no la de los blancos, sino la de los negros. El lema del Black Movement de los sesenta recuperó su actualidad: "Black is beautiful" (lo negro es bello), que en los apolíticos años ochenta se aplicaba principalmente a la música y a la moda negras. En 1981, la tendencia era clara, los ochenta serían la década de la música negra electro-beat-dance: el hip-hop, el rap y el house de grupos como Grandmaster Flash, Run DMC, Public Enemy. En Nueva York y Los Ángeles, las discotecas de los setenta se convirtieron en centros donde



Gracias a ellos, a mediados de los ochenta revivieron las zapatillas deportivas a rayas: los Run DMC sólo rapeaban con ropa Adidas. La juventud escogía sus fetiches indumentarios aparentemente al azar: de este modo surgió un nuevo oficio, el explorador de tendencias.

evolucionaban la moda y los sonidos de la calle, como el hip-hop. Con ellos llegó una nueva forma de baile, el breakdance. Y para practicar esta artística modalidad se necesita ropa cómoda: prendas y, evidentemente, zapatillas deportivas. El fetichismo de marcas de los ochenta determinó que los hip-hoperos vistieran Reebok, Nike y Adidas. Run DMC rapeaban en 1985: "My Adidas and me, close as can be, we make a mean team, my Adidas and me" (mis Adidas y yo, lo más unidos posible, mis Adidas y yo formamos un equipo terrible, mis Adidas y yo). Y cuando Run DMC dio un concierto de rap en el Madison Square Garden ante 20.000

seguidores y preguntó al público quién llevaba Adidas, 20.000 jóvenes levantaron los pies.

Para la empresa Adidas, con sede en el sur de Alemania, ello fue la salvación. Cuesta creer que Adidas estuviera al borde de la ruina y que floreciera de nuevo por la genial idea de vender sus zapatillas como las número uno en el baloncesto de calle, sobre todo en EE.UU.

El breakdance conquistó el mundo. Jóvenes con equipos de música enormes practicaban arriesgados números de baile y organizaban concursos nacionales e internacionales de breakdance. El sonido angular y el baile entrecortado del movimiento hip-hop reflejaban el agresivo y endurecido sentimiento vital de los barrios negros, la violencia y la miseria de la vida en sus calles. El estilo homeboy de la juventud de los guetos negros eran los pantalones de bolsas, las zapatillas deportivas y las gorras de béisbol. Todo ello se combinaba con gruesas cadenas con emblemas, por ejemplo de Mercedes.

Página anterior:

En lugar de lentejuelas, lazos rojos y preservativos de todas las formas y colores: Franco Moschino, fallecido en 1994 a causa del sida, siempre utilizó su moda para luchar contra el silencio y para advertir sobre el peligro del virus.

La juventud blanca quedó rápidamente entusiasmada por este tipo de indumentaria e incluso intentó mejorarla. El look llegó a la moda europea en 1984, cuando Vivienne Westwood —¿quién sino?— diseñó sus primeras zapatillas deportivas. En los noventa, muchos de sus colegas la imitarían.

A mediados de los ochenta se impuso otro estilo musical negro, el house, también con raíces en la música disco de los setenta, y al mismo tiempo en el jazz y la música latina. Los artistas house llevaban trajes similares a los de *Corrupción en Miami*. La variante inglesa del house, el acid, se expresaba con tops fluorescentes, una mezcla de tejidos estampados con motivos africanos y ropa deportiva de lycra similar a la de los años sesenta. Aunque muchos de estos excesos no llegaron a la alta costura, ejercieron su influencia en ella de manera persistente, de forma similar a los diseñadores japoneses. La obsesión de los años ochenta por el baile y el deporte, y por sus estrellas, acabó uniando la música y la moda más que nunca.

A partir de 1985, sin embargo, el ambiente festivo empezó a perder intensidad. La Organización Mundial de la Salud clasificó oficialmente el sida de epidemia. Para muchos fue un despertar horrible, puesto que la permisividad sexual se había normalizado tanto en la moda, como en la música pop y en la vida social. El movimiento homosexual había alcanzado una concienciación sin precedentes. Pero el sida lo cambiaba todo, o en todo caso, marcó el límite del hedonismo de los ochenta, y no fueron pocos los que se alegraron de ello. El gran éxito comercial *Atracción fatal* muestra de forma muy efectiva la manera cómo los americanos utilizaron el miedo que el sida provocaba en la sociedad para hacer propaganda de su moral puritana. De este modo consiguieron transmitir un mensaje a los millones de personas que pasaron por taquilla: no tengas aventuras, sé monógamo y no te pasará nada. Otra amenaza global se cernió verdaderamente sobre el cielo: en 1986, el reactor nuclear de Chernobyl sufrió

un accidente y estremeció al mundo entero, puesto que por primera vez mostró de forma directa el peligro de la política atómica. Además, se multiplicaban las noticias de que el agujero en la capa de ozono se iba agrandando día tras día. La gente sensible empezó a desarrollar lentamente una conciencia medioambiental, ligada hasta cierto punto a la obsesión por la salud y el culto al cuerpo de los años ochenta.

Esta nueva conciencia quedó también reflejada en el ámbito de la moda: a finales de los años ochenta, las modelos Naomi Campbell, Claudia Schiffer, Christy Turlington y otras famosas protestaron contra la moda que incluía pieles y se negaron llevarla en la pasarela.

Pero en otros campos resurgían también nuevos impulsos que iban más allá del cuidado personal. El 7 de julio de 1985, el cantante Bob Geldorf organizó el festival Live Aid, el mayor concierto pop-rock que jamás se haya transmitido por televisión. Los beneficios se destinaron a los afectados por el hambre en Etiopía y en otros países africanos necesitados.

El hundimiento de la bolsa en el año 1987 marcó el fin del culto al yuppie y a la cultura del lujo. En su novela *American Psycho*, el escritor americano Bret Easton revisió por completo de perversión ese estilo de vida hedonista: diseñó un mundo de marcas y de triste lujo en que un agente de bolsa de Wall Street iba quedando tan solo y marchitándose interiormente de tal forma que como última diversión escenificaba la muerte y espantosa masacre de personas.

El final de la década también deparaba turbulencias en la política: cayó el muro de Berlín, el símbolo más sólido de la guerra fría entre Occidente y la Europa del Este, y la Unión Soviética se disolvió. Al final de la década, todas las puertas parecían abiertas, aunque no estaba claro adónde conducían.

Regina Schilling

Sólo animales, nada de pieles sobre el cuerpo... al igual que Cindy Crawford en la fotografía, muchas modelos apoyaron campañas para la protección de los animales. Su rechazo público a presentar prendas de piel en las pasarelas influyó decisivamente en la transformación de la conciencia pública.