

Roba interior, exhibir la intimitat

## La segona pell

Fa uns anys, semblava que la roba interior femenina tenia els dies comptats. En nom de la funcionalitat, lligacames, combinacions, cotilles i altres peces considerades incòmodes i repressores, eren a punt de desaparèixer, i de sobte...



### L'INVENT DEL SEGLE

La moda *hippy* i la que va sorgir espontàniament pels carrers de París durant el maig de 1968 va rematar molts segles de martiri. Fins aleshores, i malgrat l'evolució soferta al llarg del temps, la roba interior femenina havia estat sobretot un suplici per a qui l'havia de dur. La cotilla, per exemple, suscitava sens dubte l'admiració dels que tenien el privilegi de contemplar-ne els efectes, ja que realçava els pits i alhora comprimia la cintura fins a aconseguir l'ideal femení de l'època, però era un instrument de tortura per a les que havien de passar-hi tot el dia empresonades.

És fàcil d'imaginar la sensació d'alliberament i de relaxació que devien sentir aquelles dones en despullar-se i poder, per fi, respirar lliurement. Però presumir, ja se sap, és patir, i fins a final del XIX, per cridar l'atenció dels homes, calia mostrar un pit generós (la cotilla s'encarregava de donar volum als massa petits) i una cintura de nina indefensa. A l'època victoriana, per posar-ne un altre exemple, el puritanisme exigia de les dones, si no el sofriment de la cotilla, sí que tot estigués tapat, cosa que les obligava a revestir-se d'inútils pantalons i sota-faldilles amb l'única finalitat d'ocultar, cobrir i amagar. Amagar obsessivament el diable que, segons els puritans, tota dona duu a dins.

Amb tot, a mesura que passen els anys, la roba interior s'adapta als nous aires que reclamen per a tothom, dones i homes, més llibertat. Desapareixen del vestuari les peces obsoletes i de la mateixa manera que la roba femenina es va fent més funcional i més d'acord amb la progressiva entrada de la dona en tot allò que fins aleshores havia estat terreny exclusiu dels homes, la llenceria passa per una transformació radical. L'ús dels pantalons per les dones posa fi a una peça que durant tot el segle havia estat bàsica en el vestuari: el pantaló íntim o braga. La seva desaparició dóna lloc al naixement de les bragues o calces tal com les coneixem avui i que amb el temps aniran reduint el format (al principi cobrien tot el ventre i bona part de les cuixes) fins la mínima expressió de l'*eslip* o de l'*'invisible' tanga*, d'ús obligat per a les que vesteixen molt a l'arrapada. L'altra gran transformació es posa en marxa amb la invenció del niló i el seu ús en roba interior femenina, sobretot mitges.

El niló —un invent americà nascut durant la segona guerra mundial per contrarestar les restriccions d'importació de seda que el Japó havia imposat als Estats Units— revoluciona la roba interior i la popularitza. Les mitges de seda eren un luxe que no tothom es podia permetre i a més eren molt fràgils; les de llana i les de cotó feien unes cames lletges. El niló, en canvi, aconseguia la perfecció per un mòdic preu. El niló va permetre també el desenvolupament i el triomf del

sostenidor, versió moderna i còmoda de la cotilla, que va passar a ser una peça bàsica del vestuari íntim. Els avantatges del niló eren incomptables. A part del preu, va permetre que es tornessin a fabricar totes aquelles peces sofisticades que havien anat desapareixent de l'ús. Però amb una diferència fonamental, a partir d'aquell moment els corsés i les faixes ja no tallaven la respiració a les que els portaven, ja que el niló, gràcies a la seva elasticitat, s'adheria al cos de la dona no per aturmentar-lo, sinó per millorar-lo.

### FES L'AMOR I NO LA GUERRA

El *boom* que el negoci de la llenceria va experimentar en aquells anys va ser importantíssim. És l'època d'or en què els Dior, Rochas i molts altres noms clàssics de la moda arriben al gran públic: la publicitat de la roba interior deixa de ser tabú i comença a aparèixer en diaris i revistes; la llenceria surt de les botigues especialitzades (al voltant de les quals sempre hi havia hagut una llegenda negra que parlava de miralls trucsats i assegurava que eren "tapadores" de prostíbuls i xarxes de tràfic de blanques) i arriba als prestatges dels grans magatzems.

I és justament en plena efervescència del negoci, que a la costa Est dels Estats Units, sorgeixen els *hippies*; pacifistes que prediquen el retorn a la naturalesa, la vida en comunes i el rebuig de tot allò que faci pudor a societat de consum. La roba interior en surt seriosament perjudicada. Considerada un luxe inútil per aquells que es confeccionen els seus propis vestits amb un troç de tela estam-

pada de floretes, mitges, lligacames, faixes i lins i tot calces són desterrades de la vida quotidiana i condemnades a l'oblit. Portar sostenidors no queda bé, la moda (o millor, la no-moda (ja que es tracta més d'una negociació que no pas d'una creació) d'aquells anys vol que el cos de les noies se senti lliure, i els pits, després de molts anys d'opressió, ballen sota bluses i samarretes fins a crear situacions com la que cita Lola Gavarrón a *Piel de ángel, historia de la ropa interior femenina* (Tusquets): un voyeur és detingut al metro de París després d'una disputa amb una noia que l'havia tractat de porc. Segons sembla l'home portava un mirallet que col·locat estratègicament li permetia observar entre les cames de les seves víctimes. Un cop a la comissaria va intentar justificar-se dient: "El que més m'emprenya és m'hagi tractat com m'ha tractat i això que la molt descarada ni tan sols duia calces!". I és que a París potser més que a cap altra ciutat d'Europa, també havia arribat la moda de Califòrnia i després dels fets del maig de 1968, les noies franceses ja no són ni vesteixen com les d'abans. A l'hora de fer recompte dels mites caiguts o destronats, es van trobar algunes peces de roba íntima i per sobre de tots aquell instrument opressor anomenat sostenidor. Opressor i, tot s'ha de dir, bastant lleig: el niló havia posat la roba interior a l'abast de totes les butxaques, però també l'havia vulgaritzada.

¿Què en queda, d'aquells temps? Tot i tenir molts i qualificats detractors, la moda que proclama la no utilització de roba interior es manté encara viva, o, si més no, alterna sense complexos entre aquelles qui trien la peça més adequada per a cada ocasió, o bé opten per prescindir-ne. Fins i tot els modistes han acabat acceptant-ho i, des de fa un parell d'anys, no és estrany de veure a les passarel·les models que desfilen amb el pit nu.

MADONNA

Però els temps canvien. Hollywood va posar punt final a la moda afrancesada



La roba interior ha deixat de ser íntima i amagada i ara és pensada i fabricada per ensenyar-la sense pudor.

ARXIU

que presentava unes noies d'aspecte masculí, gairebé planes (i per tant sense cap necessitat de fer servir sostenidors). Bufen bons temps per a les dones de pit generós, alhora que un altre invent genial ha tornat a revolucionar la llenceria. Es tracta de la licra, un producte sintètic que dona als teixits una elasticitat fins ara desconeguda. Tot amb tot, en aquest cas la revolució no consisteix tant a transformar el disseny de la llenceria, com de donar aparença i consistència de roba íntima a elements externs dels vestits femenins: samarretes amb forma de sostenidors, pantalons que s'adhereixen al cos com les velles faixes, vestits que emmotllen les formes com una cotilla, etc. Era lògic que, un cop aconseguit

## Una mica de sadisme

**Q**uè seria l'erotisme sense la roba interior femenina? Ben poca cosa. Des de l'escena d'*El graduado*, en què Dustin Hoffman contempla com la seva amant es corda els gafets del lligacames, fins a l'ensucrat *striptease* de Kim Basinger a *Nueve semanas y media*, passant per la imponent Silvana Mangano d'*Arroz amargo* (on es demostrava que, tot i que encara hi ha classes, la roba interior humil també pot ser eròtica), el cinema ha usat i abusat de la llenceria. Però els que realment han contribuït més a convertir en mítiques algunes de les peces del vestuari íntim d'una dona, han estat els il·lustradors d'obres de temàtica sadomasoquista.

De Carlo, el famós dibuixant que a principi de segle il·lustrava les novel·les franceses de flagel·lació, fins a Mónica i Beatriz, les últimes estrelles de la revista *El Vibora*, sense oblidar la sensual Valentina, l'heroïna de Guido Crepax, tots han construït el seu món eròtic o pornogràfic amb l'ajuda de la roba interior femenina. Amb el dibuix, a més, s'acon-

segueix allò que ni el millor modista no és capaç d'aconseguir, val a dir, la perfecció. Les cotilles de Carlo comprimeixen les protagonistes fins a extrems inimaginables, de la mateixa manera que, a les mitges que fan servir algunes heroïnes de còmics nord-americans, ni s'hi fan carreres ni se'ls arruga la costura, per molt que l'amo o la mestressa de torn fustiguin les cuixes que embolcallen durant tota la història.

L'obsessió per la roba interior és evident també en la literatura eròtica. És difícil de trobar una novel·la d'aquest gènere en què no surti en algun moment una luxosa llenceria, generalment amb una dependenta amb tendències lèsbiques que prova de seduir la protagonista. A *Història d'O* (Editorial Pòrtic), per esmentar-ne un cas, la roba (interior o no) fa un paper principal i el lector acaba associant la voluptuositat dels noms dels teixits (seda, tafetà, blonda, musselina, ras, moaré...) a la suavitat de la pell de la malaurada O.

D. T.

que la vestimenta que s'ensenyava tingués textura de roba interior, la mateixa llenceria deixés de ser interior i passés a ocupar un lloc important i visible. Amb la cantant Madonna com a màxima defensora, sostenidors, *panties*, cotilles, portalligacames, faixes, combinacions i altres peces íntimes van deixant de ser-ho. Però no per això ha perdut ni sembla que hagi de perdre mai el seu costat prohibit, la seva misteriosa llegenda. No per vist o entrevist —asseguren els especialistes— un sostenidor és menys atractiu, perquè sempre serà l'últim obstacle abans d'arribar a la pell de la dona que es desitja i el plaer de traure-l'hi no disminuirà mai pel fet d'haver estat mostrat amb anticipació. Això ha obligat els fabricants a sofisticar el producte, a dissenyar-lo pensant que el seu lloc ja no és únicament a *sota*, amagat, sinó també a *sobre*, a descobert. Una evolució que ha tornat a convertir la roba interior en un producte de luxe, en un objecte de desig que tant de plaer produeix regalar-se com obtenir-lo regalat. En efecte, des de fa uns anys, les botigues especialitzades reben la visita tant d'adolescents que, fartes de les braguetes de cotó, aspiren a enriquir el vestuari amb peces més adients a la seva manera de vestir, i de senyores que volen sorprendre la parella

amb enginyosos models que els realcin la figura, com també de senyors que hi entren com entrarien a una floristeria, però amb l'avantatge afegit que regalar roba íntima és en una forma de fer-se un regal a ells mateixos.

Que avui la llenceria és un negoci en plena expansió ho demostra la batalla publicitària que mantenen les marques. És difícil passejar-se pel carrer i no topar amb algun d'aquests immensos cartells en què una model impressionant (impressionant tant per la bellesa com per les dimensions en què ens l'ofereixen) ens ensenya que bé que li queden aquells *panties* o aquelles mitges amb lligacames incorporats; o una altra que ens

mostra l'últim crit en bragues; o més enllà encara, una altra, ens obliga a fixar-nos en uns sostenidors ornats amb complicades brodadures. La competència és tan forta que, no fa pas gaire, una famosa marca italiana de sostenidors va llançar una campanya que mostrava una noia nua que se subjectava els pits amb totes dues mans. No hi havia cap fotografia dels sostenidors en qüestió, tampoc no hi havia cap comentari. Ni calia.

Dolors Terraza

