

La moda nascuda a Eivissa, vint anys després

L'invent Ad-lib

L'any 1973 l'autoanomenada princesa Smilja de Mihailovitch dirigia la primera *Semana Ad-lib* que havia de ser la presentació de la moda d'Eivissa. Vint anys després la *Semana* es manté, però el seu interès com a disseny és posat en dubte per molts professionals.



El color blanc impera per damunt dels altres en les peces de la moda Ad-lib.

ARXIU

La moda Ad-lib és la tercera indústria de les Pitiüses i com les altres dues, turisme i construcció, tampoc no compta amb les simpaties de tots els eivissencs. "Ha aportat feina, sous i nom a Eivissa. Molta de gent hi ha estat fent feina i el nom de l'illa ha estat passejat per tot el món. Ha estat un complement important per a la promoció turística", diu el president del Consell Insular d'Eivissa i Formentera, Antoni Marí Calbet. Però també hi ha alguna crítica. "És un muntatge social que funciona bé, però és poc seriós quant a la moda; és bo com a promoció, però no es preocupen que el nivell de la moda sigui òptim", explica na Mana, dissenyadora que, com tants altres creadors, ha deixat de participar a la moda Ad-lib.

ELS PRINCIPIS DE LA LLIBERTAT

L'origen de l'Ad-lib es troba en aquella boja Eivissa dels anys 60-70, tan *hippye*. Els faldallins del vestit típic eivissenc, amples, amb puntilles i brodats, llargs fins als peus, es converteixen en faldees que les al·lotes de l'època lluien amb picardia. La roba interior surt a l'exterior. Les teles que les dones d'abans feien servir per fer els seus vestits s'aprofiten per fer uns altres vestits més destapats, llargs, plens de bastes i randes.

Vist l'èxit, els botiguers comencen a omplir-ne els mostradors. Les turistes els compren a carretades i se'ls posen. Les dones eivissenques els cusen a ca seva, nit i dia. Només de tallar les peces arribaven a guanyar 20.000 pessetes cada dia (pagaven a 200 ptes. el vestit). També recorden que no importava saber-ne gaire, de modista. Quatre cosides per aquí, quatre estirades per allà i la roba se'ls amuntegava per damunt les cadires. No miraven prim, no importava la perfecció, perquè tot es venia. Va sorgir així, de manera quasi espontània, la calor i



La creadora de la moda Ad-lib, Smilja de Mihailovitch.

CARMEN PLANELL

l'esperit de llibertat del moment afavoriren aquesta moda que defugia motlles i estretures.

Diuen que el nom el va inventar un conegut empresari illenc, però són molts els que se n'adjudiquen la paternitat. Ad-lib, ve d'*ad libitum* que vol dir 'en llibertat'. Tothom recorda aquells principis 'en llibertat' amb certa enyorança. "Una moda fresca i alegre, de transparències i vestits blancs", recorda el president del Consell, Antoni Marí. "Divertida, lliure i original", la qualifica Mana, "era tal el boom que qualsevol s'hi podia ficar i funcionar més o menys amb una mínima infraestructura".

UN PERSONATGE MISTERIÓS

Una "princesa" (així es presenta ella) sorgida del fred d'algun racó d'Europa que ningú no sap identificar, es va erigir en cap pensant de la nova moda i directora de la *Semana Ad-lib* que cada estiu se celebra: ella és Smilja de Mihailovitch.

A les entrevistes sempre la presenten com a inventora de la moda eivissenca, no fa gaire un diari estatal en deia: "una vez, una mujer inventó una manera de vestir". I ella mai no ho nega, al contrari, a les seves declaracions ho ratifica: "M'encanta, jo la vaig inventar, fa 20 anys, una nit. Era ridícul que les dones espanyoles haguessin de seguir les regles que 3 costurers, com hi havia a Espanya, marcaven".

Fa 33 anys que va arribar a l'illa, segons diu, fugint d'un París massa renouer

i buscant un reencontre amb la natura per meditar. D'aquella primera època recorda que "ningú no era professional, la gent va sorgir d'un misteri illenc, es llançà cap al turisme i no se'n sabia res. Obtengueren crèdits, gràcies a Manolo Fraga i Abel Matutes, que feren gestions. Tothom va fer hotels. Han descobert que tenien terres on construir, no hi havia infraestructures ni res. Un amic

meu volia fer un hotel a Figueretes i jo li vaig dir que el fes arran de mar, així els clients s'hi podrien tirar des de la finestra...". Una Eivissa plena de pols i salvatge li va donar la benvinguda mentre el seu marit, diplomàtic, es va quedar a París, "era molt mundà i preferia el luxe". A Eivissa Smilja de Mihailovitch va poder trobar la natura i les seves meditacions foren ben profitoses: l'any 1973 ja dirigia la moda Ad-lib.

Tot el que se sap d'aquesta "princesa" és el que ella ha volgut que se sàpiga: llicenciada en Història i Lletres per la Sorbona, parla set idiomes, viuda de diplomàtic, princesa centreeuropea... D'aquesta sang blava en contenen les males llengües que la va aconseguir en una ràpida i especial transfusió: moria alguna arxi-duquesa, una baronessa o qualsevol noble europeu, immediatament enviava una nota de condol on recordava la llarga amistat que l'havia unida al difunt/a i signava "Princesa de Mihailovitch". Els hereus quedaven sorpresos, però un mort no pot aclarir res i agraien a la princesa aquesta mostra de dolor. I així, amb cartes i telegrams d'anada i tornada, va estar creat i concedit el títol d'un principat de fauna.

Ara ja n'hi ha que li'n donen un altre, de títol: "princesa de Ibiza", perquè la seva persona està molt estretament lliga-

da a l'Eivissa cosmopolita i festiva que cada estiu es ven als mitjans de comunicació. Els seus gustos també van per aquest camí, viu en un immens edifici del passeig marítim de Vila que es diu Terrazas Botafoc perquè el seu xalet del golf Roca Llisa de Santa Eulàlia ha estat causa d'un llarg plet amb una veïna del poble per reformes il·legals, que ara li han enderrocat. En una revista femenina presentava a la seva interlocutora, Pitita Ridruejo, una divertida "Ibiza misteriosa", que no en tenia cap, de misteri, i en canvi era plena de restaurants amb noms celestials, botigues de mira'm i no em toquis i *xiringuitos* de platja amb resonàncies cocoteres i tropicals.

Aquesta misteriosa dona es declara fervent admiradora del bon gust (no debades l'eslògan que va inventar per a la moda Ad-lib és "viste



La botiga de la dissenyadora eivissenca Mana en una de les places amb més carisma d'Eivissa: la plaça de Vila.

C PLANELL

como quieras, pero con gusto"). És feliç i, sobretot, molt serena. Creu que la serenitat és l'estat ideal: "la gent frustrada és agressiva, jo no perd mai la serenitat". Sap molt bé el que es fa i el que diu, algunes de les seves respostes són sempre iguals. I és que se sap vendre, al cap i a la fi no ha tengut ni té cap ofici conegut i la pensió de viduïtat no dona per a tant. Ningú no li nega la seva vàlua com a relacions públiques: billets d'avió a meitat de preu per als seus convidats, estada a l'hotel gratuïta: "gràcies a les meves amistats..., més de cent articles sobre Eivissa i la seva moda, una hora de televisió... Tot per amistat i estimació cap a Eivissa i la seva gent". Però com a organitzadora de la *Semana Ad-lib* se l'acusa de ser un poc massa intransigent i voler-ho controlar tot: "Jo volia que la moda fos sempre així (com al principi) però cap dels creadors era professional i no captaren el meu missatge, feren coses més comercials però menys vertaderes, menys pures". I sobre la polèmica sorgida per la contractació de models de fora i no donar una oportunitat a les joves models de l'única escola que hi ha a Eivissa, ella es limita a comentar que "sempre busc la més professional, naturalment les al·lotes professionals són a la capital. Tot el que és província és gent local. Desfilada professional, model professional".

LA 'SEMANA AD-LIB', FINS QUAN?

Ja fa 20 anys d'aquells inicis esplendorosos i sembla que la cosa ha anat refrescant. Li falta la frescor i ha perdut originalitat. Enguany hi ha hagut un intent de retrobar el passat. "El que intentam, institucions i creadors, és tornar als orígens que la diferenciaven de la moda que es pot fer en altres llocs. La moda d'Eivissa i Formentera ha de preservar les seves arrels", comenta el president del Consell, Antoni Marí. "Ara he demanat que fèssim un pas enrere per presentar el que voldria que sempre existís", diu Smilja de Mihailovitch.

El problema és que ara és temps de crisi i la gent no compra tant i, a més, molts dels que hi eren i varen col·laborar en el llançament d'aquesta moda ja no hi són. "Hi havia vertaders artistes, Tip-Top, Rosa Negra, Paula's, Dora Herbs... Eren molt bons, creadors, artistes", diu Mana: "i altres com jo, que s'hi apuntaven encantats de la vida".

Tots aquests dissenyadors abandonaren a poc a poc la moda Ad-lib. S'han instal·lat pel seu compte i les revistes es-

pecialitzades es fan ressò de les seves creacions, en canvi de la moda Ad-lib ja no se'n parla. Mana va deixar de participar-hi perquè no estava molt d'acord amb com es portava: "com a espectacle de moda la *Semana* es convertí en una cosa mediocre, quan hauria pogut ser una cosa molt bona. Però no interessava. Quant més nivell tenia el dissenyador, més criteri i això no interessava. Interessava gent amb poc criteri i manejable. El dissenyador no hi pinta res i el dissenya-

zadora, que és qui escull els convidats. 120 persones vénen a Eivissa convidats a menjar, beure i dormir debades. S'ho passen molt bé i en acabar se'n van cap a casa seva. Naturalment les crítiques que es fan són bones i per a l'organització enguany tot ha estat "fantàstic".

30 eren els milions que es varen demanar a la Conselleria de Turisme i la d'Ombres Públiques del Govern Balear, a més de la col·laboració de les institucions locals. Però amb 10 milions n'hi ha hagut



Antoni Marí Calbet creu que la moda Ad-lib ha estat un bon complement per a la promoció turística de l'Illa.

CARME PLANELLS

dor, com l'artista, vol que la seva feina es valori". Quan ella va començar "feia el que feia tothom, al principi feia coses bastant lletges... amb poca fortuna", però se n'adonà que s'ha de tenir una bona base per a fer una feina ben feta i anà a París, el centre de la moda, per aprendre disseny i modelisme.

Anualment se celebra la *Semana de la moda Ad-lib*, mentre els eivissencs continuen la seva vida amb absoluta normalitat, a escassos metres de l'esclat de la traca Ad-lib. La *Semana* s'ha convertit en una més de les moltes festes que es fan a l'estiu entre l'elecció de Miss Tal discoteca i Mister Cosdanone. Això sí, l'Ad-lib és una festa particular, per als elegits. "Véuen els que compten alguna cosa a la vida espanyola", diu la directora, "tots els mitjans de comunicació coneguts i importants del país". El com es calcula el grau d'importància i què significa comptar alguna cosa a la vida d'un país només ho sap la directora-organit-

prou. Amb aquests 10 milions, "quantas beques es podrien donar perquè els joves eivissencs interessats aprenguessin a cosir i dissenyar?", es pregunta Mana, "i així poder tenir una moda autènticament eivissenca i de prou qualitat com perquè torni a interessar a les revistes de moda. Val més que el producte estigui ben elaborat que no que la promoció sigui fantàstica, perquè si fas una promoció molt grossa i el producte és fluix, fins i tot pot ser contraproductiu... Val més convidar la gent quan la taula estigui parada", raona la Mana.

I el futur? Smilja diu que n'hi ha per 20 anys més perquè "hi ha coses que no moren". Clar que, no ho vol organitzar si li continuen donant tan pocs doblers: "si hi ha sous bé, si no, no".

El que no deu haver pensat és què serà de la moda Ad-lib sense ella, i què serà d'ella sense la moda Ad-lib.

Carme Planells