



**El Corte Inglés ja ven sostenidors Wonderbra des del mes de juny. La gran demanda del producte ha obligat a fer llistes d'espera, especialment per a les peces de color negre, que són els que tenen més acceptació.**

# La setena meravella

**Wonderbra, uns sostenidors creats l'any 1968, són presentats ara com una novetat miraculosa. Aquesta peça de llenceria que fa que uns pits qualssevol semblin grossos i fermes ja és un èxit comercial.**

**A**comiada't dels teus peus". Aquest és un dels xocants eslògans publicitaris que han servit per a fer propaganda d'uns sostenidors que han atret l'atenció de mig món. Els publicistes proclamen que el producte revolucionarà el món de la moda i, fins i tot, crearà una dona nova, orgullosa dels seus atributs físics i capaç de plantar cara a qui faci falta. Wonderbra ('sostenidors meravellosos') vol ser l'artífex d'aquest miracle que no ha aconseguit ni un segle de lluita feminista. Un complicat article de llenceria que transforma fins i tot el pit més trist en un model de perfecció estètica.

En l'època de l'opulència estètica, tal com qualifica la periodista Margarita Riviere la moda d'avui, els sostenidors són un element que no podia passar desapercebut. La moda de l'excés, en les societats més consumistes, havia de passar necessàriament per la rotunditat de les formes físiques. Però, com aconseguir que els cossos gairebé anorèxics, forjats amb tant de sacrifici durant els anys de la moda

*light*, es transformin en una figura de carn explícita, però controlada? Com aconseguir uns escots espectaculars sense recórrer a la desvirtuada cirurgia estètica? La resposta no és nova: cal servir-se de l'artifici, la trampa, l'ortopèdia.

I així s'explica l'enorme èxit dels sostenidors Wonderbra, una de les peces de llenceria més sofisticades que s'hagin fabricat mai. El truc és un complicat mecanisme compost per quaranta-sis peces, el doble de les que tenen uns sostenidors normals. Tan perfecte és l'invent, que encara que no estiguin posats, mantenen la forma arrodonida, i no es pleguen. L'efecte ja és prou conegut: ajunta, alça i realça els pits (amb l'ajut, opcional, d'un coixinet d'escuma). Tot, per un preu que ronda les 4.000 pessetes, una quantitat que no es pot considerar cara vist el nivell general de llenceria.

**"Només és comparable a la minifaldilla".** Playtex, l'empresa que comercialitza els Wonderbra, estava tan convençuda del seu

èxit, que va decidir de no escatimar-hi diners ni esforços i organitzà una de les campanyes publicitàries més grans que es recordaran. I els mitjans de comunicació de tot el món, seguint la crida, han omplert pàgines i més pàgines de la nova meravella, promoguda per la *top model* txeca Eva Herzigova. Tan gran és l'efecte que ha causat que, abans que els sostenidors es comercialitzin en massa a casa nostra, ja els coneix tothom, i ja els ha sortit competència. L'empresa catalana Vives Vidal va posar a la venda a principi d'estiu el model Gemmabra, una peça prodigiosament semblant al Wonderbra. També és de quaranta-sis peces, però el folre en aquest cas és preceptiu. Una altra diferència és que tenen un disseny més atrevit, amb un escot més pronunciat i un preu una mica més elevat (unes 5.000 pessetes). L'anglesa Ultrabra és el tercer model en discòrdia. Ara, tot i que el preu és equivalent (entre 4 i 5 mil pessetes), no té la sofisticació que tenen els altres dos, i l'escuma recorda massa un postís clar i ras.

L'esperat Wonderbra es posarà a la venda al nostre país el mes d'octubre. Però El Corte Inglés ja en ven des del mes de juny, i l'èxit ha estat espectacular. "Ens els treuen de les mans -assegura una dependenta-; val la pena de veure com s'il·lumina la cara de les dones quan se l'emproven". Segons dades facilitades per El Corte Inglés, en venen entre 25 i 30 cada dia. La gran demanda fa que a vegades s'acabin les existències i s'hagi de fer una llista d'espera, especialment per als sostenidors de color negre, que tenen més acceptació que no pas els blancs. "És un fenomen només comparable a la revolució que va portar la minifaldilla", assegura el responsable del departament de llenceria, que gairebé no dóna l'abast. La dependenta afegeix: "Les senyores que es van posar sílicona ara es deuen estirar els cabells. Això té el mateix efecte, i sense passar pel quiròfan". Aquesta opinió, no la comparteix pas Teresa Gimpera, que creu que l'autèntica revolució estètica d'aquests temps ha estat, precisament, les intervencions quirúrgiques per a millorar l'aspecte dels pits, tot i els problemes que se n'han derivat. Gimpera ironitza: "Segur que aquests sostenidors els ha inventats un home!".

**Més barat que el divorci.** La confiança en aquesta mena de producte és tan desmesurada que la propaganda dels sostenidors Gemmabra inclou arguments com ara el d'explicar que, des que hi ha dones que utilitzen aquest model, "alguns marits apàtics han recobrat l'interès per la cònjuge" (*sic*). També afirmen, ras i curt, que les dones que utilitzen l'invent "asseguren que des del moment que se'l van emprovar ja en van notar els efectes terapèutics i psicològics".



"Em sembla un missatge totalment demagògic -explica la psicòloga Laura Salvador-; és cert que sentir-se bé amb el propi cos és important per a tenir seguretat i confiança personal, però assegurar que gràcies a uns sostenidors es pot solucionar la vida de parella és absurd, un simple reclam publicitari que no té cap fonament. A més, pot ser molt frustrant aquesta necessitat d'adaptar-se constantment a les modes".

Teresa Gimpera s'hi avé amb resignació, quan assegura que "la moda és un esclavatge. Però quan veus models tan ben fetes, tens ganes d'assemblar-t'hi. I els sostenidors són necessaris, perquè amb els anys els pits cauen..."

Les modes són cíclics. Potser la solució és de resignar-se a tenir un cos a to amb la moda cada vint anys. Perquè els Wonderbra no acaben de néixer; els van crear fa gairebé tres dècades, quan també eren moda les pitreres abundants i fermes. Des de llavors, tot i que Wonderbra ha conservat una clientela fidel a Anglaterra, lloc on es comercialitzava, ha pas-

**La casa Vives Vidal es va avançar al llançament de Wonderbra (baix) al nostre país -prevista per a l'octubre- i va treure al mercat a principi de l'estiu el model Gemmabra (dalt). Tots dos sostenidors són, no obstant, molt semblants en qualitat i preu.**

sat èpoques de penúria (els austers anys 70...) fins que no els ha tornat a sonar l'hora.

**Els pits, sempre a primera línia de front.**

S'ha escrit una muntanya de literatura referida als pits, símbol ineludible de la fisiologia femenina. No hi ha poble que no tingui dotzenes de mots per a anomenar-los. Potser sí que aquesta atracció té el seu origen en l'enyorança de la infantesa, tal com sostenia Freud. Sigui com sigui, els pits han estat un element sempre present en la vida de totes les cultures, i això ha tingut el seu reflex en les modes estètiques. En èpoques de repressió ha estat indispensable la moda de

coll alt i el vestit tancat per a les noies decents; en etapes més liberals, les pitreres han sortit a la llum, alegrement impúdiques; i durant els esclats revolucionaris les han volgut deslliures.

El destí d'aquest element físic havia de canviar al segle XVI, quan van aparèixer els primers sostenidors, fabricats amb fusta i barba de balena. Però encara havia de passar molt de temps fins que no es convertí en una peça d'ús general, indispensable, per a totes les dones dels països rics. Les dames més sofisticades encara van haver de patir durant moltes generacions cruels invents com ara cossets, faixes, cotilles... Peces de roba opressores, incòmodes i antistètiques, que causaven problemes respiratoris i fins i tot malformacions. Per a descans de les senyores que volien anar a la moda, a principi del segle XX les cintures de vint centímetres ja no foren imprescindibles. L'atenció se centrava sobretot en la pitrera. I els sostenidors van començar a ser una peça de roba que no sols



**Marilyn Monroe, un dels models esculturals més imitats durant la dècada dels 50. L'exuberància, rebutjada a les dècades dels 60 i 70, torna a estar de moda al tombant de segle.**

s'adaptava als gustos del moment, ans també creava moda.

**De Marilyn Monroe a les fogueres de sostenidors.** Durant els anys 50 Hollywood va exportar la imatge d'una dona que no coneixia la fam de la postguerra: dones com la nord-americana Marilyn Monroe i, a Europa, Gina Lollobrigida o Sofia Loren, animen les pantalles de tot el món amb la seva exuberància. Pits generosos i turgents, i cintura estreta en un cos ple de corbes tancades. La moda femenina, amb els mitjans de comunicació de masses (cinema, televisió...) s'homogenitza. A tot arreu s'imposen aquests models, que no sempre són assolibles per a les dones. I quan el cos no s'adiu a la moda, la roba hi ha d'ajudar. I així, a la dècada dels 50, apareixen els famosos sostenidors Cruzado Mágico, de l'empresa Playtex, que encara es comercialitzen. El secret d'aquest model està en la tanca i en el mig cercol metàl·lic que empeny el pit cap al centre.

Durant els contestataris anys 60 i 70 la dona s'ha d'emancipar i això inclou alliberar-se dels sostenidors, que es converteixen en el símbol de l'opressió. Es cremen sostenidors, és temps de naturalitat. En aquest context, triomfa la línia de la model Twiggy, una noia prima, sense formes, amb uns pits petits. Les marques de llenceria, desesperades, busquen la manera de no arruïnar-se i la troben fabricant sostenidors discrets, lleugers i còmodes que gairebé no es noten sota la roba.

Els anys 80 són els anys *light*: època del consumisme més salvatge, el culte al cos, l'obsessió per vetllar per la imatge. La prosperitat econòmica (oblidada la crisi dels 70) imposa l'estil de dona molt prima, molt sana i amb uns pits mitjans. Els sostenidors esportius (còmodes, elàstics, d'una peça) són molt celebrats. Però també comencen a aparèixer models de sostenidors més imaginatius, més estètics, per fer oblidar que la roba interior ha de ser amagada. La cirurgia estètica, a mitjan dècada, comença a fer forrolla. La silicona canviarà l'aspecte de centenars i milers de dones que s'ho poden pagar. Són els sacrificis que s'han de fer per anar a la moda. I la moda comença a imposar, de nou, carn.

I així arriben els anys 90, un híbrid entre la moda *hippy* (l'ecologisme i el món de la natura són valors en alça) i el consumisme més descarnat. És a dir, que s'ha de tenir un cos *dano-ne*, escultural, amb l'únic truc de menjar i beure sanament, prendre herbes aprimadores i fer esports d'aventura i turisme ecològic. I com que la majoria no aconsegueixen d'assemblar-se a les models només fent salut, les noies de vint-i-cinc i trenta anys es recorden dels sostenidors que portava la mare i les dones de quaranta anys s'hi apunten. I així Wonderbra, Gemmabra i Ultrabra triomfen. **Agnès Rotger**

**BALTASAR PORCEL**  
OBRES COMPLETES

GRANS CATALANS

ENCICLOPÈDIA CATALANA

## GRANS CATALANS

### de Baltasar Porcel

obres completes, 6

Sota el títol *Grans Catalans* d'ara Baltasar Porcel va recollir trenta entrevistes -publicades entre 1965 i 1972 a la revista *Serra d'Or*, i que foren cèlebres-fetes a personatges destacats de l'entorn cultural, des d'historiadors fins a economistes, des d'artistes plàstics fins a escriptors, des de professors unversitaris a gent d'església o de vocació política.