

y, años más tarde, Ida Rosenthal, una emigrante judía rusa, daría con la innovación más oportuna en el proceso de asentamiento del sujetador: la introducción de las diferentes tallas. De ahí al «wonderbra» sólo había un paso.

De la gloria a la quema

Después de décadas de gloria, fue en los setenta cuando se temió por el futuro del sujetador. Si todas las mujeres estaban dispuestas a deshacerse de él en un acto heroico, la quema de un invento que provenía de los corsés

Ida Rosenthal, una de sus propulsoras, dijo que «a partir de los 35, la mujer no tiene figura para prescindir de él»

asfijantes tipo Escarlata O'Hara, el negocio se vendría a pique. Ida Rosenthal, al frente ya de una compañía solvente llamada «Maidenform», fue interrogada al respecto, pero su respuesta fue tranquilizadora (y merecedora del recuerdo): «Vivimos en una democracia, toda persona tiene derecho a vestirse o desvestirse. Sin embargo, a partir de los treinta y cinco la mujer no tiene figura para prescindir del sujetador. El tiempo está a mi favor». Todo dicho.

Las estadísticas apuntan que son muchas las que lo usan: la industria del sujetador mueve millones de dólares cada año. El más caro de la his-

toria, casi una obra de arte, lo mostró la firma Victoria's Secret hace tres años: se necesitaron 2.900 diamantes engarzados en oro blanco de diez quilates y 275 horas de trabajo para su elaboración. Y para adquirir la pieza, inspirada en los años setenta, un total de diez millones de dólares, aunque no está a la venta. Las únicas que lo han disfrutado hasta el momento han sido las modelos Tyra Banks y Heidi Klum, y ninguna de las dos ofreció datos sobre la comodidad del sostén millonario.

¿Son los sujetadores más caros los mejores? ¿En qué debemos fijarnos a la hora de comprar una de estas piezas de lencería? Aunque pueda parecer insustancial, llevar una talla de sujetador inadecuada puede provocar diversas lesiones. Según un estudio reciente realizado por Francesc Puertas, el responsable de la firma comercial Belcor Pharma, el treinta por ciento de las consultas por dolores en el pecho están directamente relacionados con el uso incorrecto de esta prenda: «Las dolencias que se pueden generar por este hecho, que no es otro que el de no conocer la talla adecuada de sujetador, son múltiples: dolores de espalda, aparición de bultos de grasa en el pecho o marcas en la piel, por ejemplo».

Sostén inteligente

En colaboración con la Asociación Española de Senología y Patologías Mamarias, Puertas profundizó en el asunto «tras comprobar que se cometen graves errores a la hora de elegir y llevar un sujetador». Y es que,

en ocasiones, es fácil dejarse llevar por las líneas más sugerentes en vez de prestar atención a la comodidad y adaptabilidad de la prenda al cuerpo. En este sentido, según dicho informe, nueve de cada diez féminas no saben cuál es su tallaje adecuado y, de ellas, el setenta por ciento utiliza el sujetador de forma incorrecta.

Cerrados los cien años del sujetador, toca mirar hacia el futuro de una pieza que se antoja imprescindible. Aunque los últimos avances tecnológicos (en este campo también interviene la ciencia, aunque parez-

Nueve de cada diez mujeres no saben cuál es su tallaje adecuado, según acaba de publicar un estudio

ca extraño) muestren sujetadores de agua o con otros aditivos, hasta aquellos llamados «inteligentes», como el «numetrex», que incorpora una válvula que toma el pulso de los latidos del corazón o el «night bra», que previene las arrugas del escote, sería más preciso centrarse en la creación de sujetadores a la carta, como sugiere Puertas. Si hay hasta 24 morfologías de pecho (de base ancha, en forma de gota, puntiagudo, centrado, separado), no estaría mal que se ofrecieran modelos más personalizados e, incluso, terapéuticos. Y es que la historia del sujetador no ha hecho más que empezar.



La naturalidad como estrategia publicitaria en los años cincuenta



Janet Leigh en «Psicosis» (1960)



Dustin Hoffman ayuda a Anne Bancroft en «El graduado» (1967)



Marilyn, de encaje en los 50



Penélope, modelo de Pirelli en 2007

Del minimal al «balconnet»

M. S.
Madrid

Hubrá quien piense todavía que, a pesar de lo dicho, la lencería vive ajena a las modas, pendiente más de la funcionalidad que de la belleza, por más que los desfiles de ropa interior sean cada vez más auténticos espectáculos de alta costura. Es el caso de la firma estadounidense Victoria's Secret (www.victoriassecret.com), que, con un marketing basado en rodearse de las mejores «top models», se ha convertido en una de las empresas más potentes del sector. Junto a ella y entre las grandes está la industria familiar de Andrés Sardá y su hija Nuria (www.andressarda.com), que ha logrado colocarse en la primera fila del mercado mundial de moda íntima. Hace unas semanas, antes de presentar su nueva colección en la Pasarela Cibeles, viajó al Salón Internacional de Lencería de París, una gran feria en la que China sigue siendo líder.

Sin embargo, el mercado exterior de Andrés Sardá —propietario también de Risk y University— no para de crecer, ya que en el último año la exportación sobre el total de la facturación superó el 45 por cien-

to. Con presencia en las grandes capitales del mundo y un enorme interés por hacerse un hueco en los países asiáticos y Rusia, la firma factura cada año alrededor de doce millones de euros. Frente a ella, en España siguen dando empuje a las cifras de ventas otras empresas como TCN, que desfila en Pasarela Barcelona, Belcor, Woman's Secret, del grupo Cortefiel, y Oysho, perteneciente al gigante Zara.

Curvas y encaje

En cuanto a las tendencias, todas están de acuerdo. De la misma manera que el prêt à porter continúa revisitando los años sesenta, la ropa interior deja atrás las formas deportivas y se lanza de lleno a las curvas del «balconnet» —clásico sujetador con copas sexy y escotado— y a los tejidos lujosos —encaje, raso— combinados con la nueva tecnología en vez de las mezclas de algodón y elastanos que imperaban en los noventa hasta la llegada del Wonderbra. Una revolución que parecía haber perdido fuerza y que este año recupera posiciones gracias al anunciado regreso de las curvas. Quizá los escotes de Scarlett Johansson, Penélope Cruz o Beyoncé tengan parte de culpa.