

GORDA

Libro de producción audiovisual de formato documental

Tutor de trabajo de grado:

Steven James Grattan

Presentado por:

Daniela Amórtegui Martínez

Andrea Torres Perdomo

Universidad del Rosario
Escuela de Ciencias Humanas
Periodismo y Opinión Pública
Trabajo de grado

2017

Tabla de Contenidos

1. Sinopsis	3
2. Tratamiento	5
3. Informe de investigación	11
4. Perfiles de los personajes	30
5. Escaleta	32
6. Pre-guion	34
7. Guion de edición	45
8. Transcripciones de entrevistas	62
9. Cronograma de trabajo	132
10. Lista de créditos	133
11. Cesión de derechos de autor	135
12. Anexos	142
13. Notas del director	144

1. Sinopsis

La belleza ha estado relacionada con medidas y formas del cuerpo, colores y estilos de cabello, maneras de vestir y moda. Aunque existen cánones de belleza tanto para hombres como para mujeres, no es un secreto que alcanzar cuerpos según unos ideales se le exige con más frecuencia a las mujeres. Estas deben procurar tener ciertas características que no aceptan diferencias, que excluyen y que terminan discriminando, de distintas maneras, a quien no las cumple.

El caso de las mujeres obesas, a las que se rechaza por el hecho de estar alejadas del cuerpo ideal que la moda proclama, es un ejemplo de dicha situación. La norma es que se sea lo más delgada posible, aparece la preocupación por cuidar el peso y la obesidad o el sobrepeso es una condición estigmatizada asociada al mal gusto. En general, las mujeres con exceso de peso u obesas son relacionadas con un conjunto de atributos negativos, mientras que un cuerpo delgado genera asociaciones altamente positivas como el éxito.

A pesar de que la mayoría de los ideales de belleza en la actualidad se establecen a partir de mujeres de dimensiones reducidas, en los últimos años el modelaje *plus size* se ha incluido en importantes pasarelas como las de la semana de la moda de Nueva York. En Colombia, el proceso de inclusión de mujeres de todas las tallas en el modelaje hasta ahora comienza pero ha tomado fuerza y por ello, se han creado espacios como la Plus Size Fashion Weekend de Bogotá, gimnasios y almacenes de ropa especializados. Además, por primera vez en 2017, Colombiamoda abrió el espacio para que una marca presentará su colección para mujeres de tallas grandes.

Este documental expone el panorama actual de modelaje de tallas grandes en Colombia y cómo a través de este, las mujeres consideradas gordas han encontrado una manera de reivindicar su cuerpo y de empoderarse de las características de su cuerpo, dejando de lado el deseo por cumplir los estereotipos que impone la moda, los medios de comunicación y las redes sociales. Así mismo, muestra cómo detrás de la inclusión de las mujeres de tallas grandes en la moda ha nacido un discurso o movimiento de aceptación que promueve el amor propio y un estilo de vida basado en la salud y la belleza pero alejado de un único patrón.

Con base en la historia de modelos de tallas grandes y de promotoras de este movimiento en Colombia, el documental narra cómo es ser una modelo *plus size*, lo que significa entrar en el mundo del modelaje sin pertenecer a las medidas 90-60-90 o a las tallas reducidas y los efectos que ha tenido toda la ola del modelaje *plus* en algunas mujeres. GORDA expone los desafíos a los que se enfrentan las modelos que decidieron imponer una nueva moda: la belleza más allá de las medidas. Además, toca temas como la apología a la gordura y la reapropiación de la palabra “gorda”, considerado como un adjetivo que supone algo negativo.

2. Tratamiento

“GORDA” es un documental expositivo que busca proporcionar a la audiencia un panorama del modelaje plus size o de tallas grandes en Colombia por medio de la experiencia de algunas modelos y promotoras de este. El producto se desarrolla a través de testimonios cortos de Ana María Paternina, modelo plus e influenciadora; Pamela López, modelo plus y periodista; Ana María Ángulo, creadora de la Plus Size Fashion Weekend, y Sonia Vanegas, preparadora de modelos de tallas grandes y directora de la Plus Fashion Agency.

El título del documental, “GORDA”, se eligió pensando en que la reivindicación del significado de esta palabra es uno de los principales deseos del modelaje plus size. Durante el documental se hace referencia a lo importante que es cambiar lo que denota la palabra gorda, así como entender que las personas con un peso alto no son sinónimo de características negativas. La intención del título del producto es sugerir que la palabra es un adjetivo como cualquier otro y que no tiene por qué considerarse como una mala palabra.

A través del uso de las herramientas que ofrece el lenguaje audiovisual quisimos acercar al público a las protagonistas. Como identidad de color, utilizamos una paleta de tonos cálidos y con un contraste tenue. Es así que buscamos generar una conexión emocional con las modelos.

Sumado a lo anterior, los planos utilizados también esperan generar cercanía entre el público y la historia. El uso del encuadre clásico de entrevista no sólo permite que el espectador se sienta cómodo, sino que puede incluirlo en escena, hacerlo parte del producto. Las entrevistas se realizaron en entornos cómodos y familiares para las protagonistas.

El uso de secuencias de acción, especialmente en pasarelas, nos permitió recrear las atmosferas que se dan en el entorno del modelaje plus size. Es a través de las imágenes de mujeres vistiendo prendas de moda y caminando con confianza que se puede entender un poco cuál es el resultado de todo el trabajo que hay en el modelaje de tallas grandes.

Para nosotras, una de las imágenes con mayor riqueza visual es la pasarela en ropa interior en el Plus Size Fashion Weekend 2016. Con esta abrimos el documental. La idea de utilizar estas imágenes para abrir el producto es poner en contexto al espectador y comunicarle, desde el principio, que se trata de una temática que poco estamos acostumbrados a ver.

Al comienzo del documental se espera hacer una pequeña introducción de los personajes a través de sus testimonios. También, como en pasarela y en la entrevista las mujeres pueden verse diferentes, incluimos apartes de ella modelando antes de sus primeras intervenciones. Así también se quiere crear recordación de cada una de las modelos.

Durante la realización de este documental indagamos principalmente cómo es ser una modelo de talla grande, cuáles son los retos y problemáticas a las que se enfrentan, y cómo está el modelaje plus colombiano en comparación con el internacional. Así mismo, investigamos sobre el movimiento de aceptación, amor propio y autoestima que surge detrás de este. Además, lo que significa ser una mujer gorda y las implicaciones que esto trae. “GORDA” quiere mostrar una parte del modelaje de tallas grandes, de experiencias muy personales en este mundo a partir de las pioneras del movimiento en el país.

El hilo narrativo del documental se pensó con base en las siguientes líneas temáticas: la historia de cómo se convirtieron en modelos, el contexto colombiano actual del modelaje de tallas grandes, los cuidados que debe tener una modelo de tallas grandes con respecto a su salud y aspecto físico, el discurso y movimiento de amor propio detrás del modelaje plus, la relación de las tallas y el modelaje y el significado de la palabra “gorda” y el estigma que esta carga. Este producto audiovisual presenta los anteriores temas con base en la experiencia que tienen las cuatro mujeres que participan en la construcción de la historia.

En el mismo sentido, entre los ejes temáticos se presentan unas secuencias de acción con pasarelas en las que cada una de las modelos que hablan en el documental aparecen desfilando. Las secuencias de todo el producto, pretenden que, por una parte, el espectador descansa de los testimonios y, por otra, que se prepare para el cambio de tema.

De esta forma, se utiliza un plano general de un grupo de modelos en pasarela y se da paso al siguiente tema. En el bloque acerca de autoestima y amor propio se alternan las entrevistas con tres secuencias de acción, debido a que es un bloque en el que hay gran cantidad de testimonios. Esto se hace con el fin de no llenar al espectador de información y no hostigarlo con tantas entrevistas.

En este documental se utilizaron varias fuentes: modelos, diseñadoras, una historiadora de la moda y una preparadora de modelos. Esto con el fin de obtener una visión muy amplia del tema y opiniones desde diferentes sectores. No todas las fuentes que se entrevistaron aparecen en el producto final por motivos de calidad de la imagen, del sonido, del hilo narrativo que al final se decidió seguir y de la información brindada por cada fuente.

Las modelos que utilizamos en el documental son unas de las más representativas del sector a nivel nacional actualmente y las que más experiencia han tenido en temas de modelaje de tallas grandes. Además, las agencias a las que acudimos, AMA tus curvas y Plus Fashion Agency, son pioneras y las únicas que existen en el país que se encargan de preparar mujeres plus para el modelaje. De esta forma, decidimos incluir en el producto final a las modelos mencionadas anteriormente basándonos en su experiencia y conocimiento del tema. Así mismo, incluimos a Sonia Vanegas para tener una perspectiva de alguien que no es modelo pero que hace parte del modelaje de tallas grandes y que, además, ha trabajado en el sector del modelaje toda su vida.

Por su parte, en la sección final, en la que las protagonistas darán un último mensaje de optimismo, desaliento o de conclusión, no quisimos utilizar imágenes de apoyo o secuencias de acción. Consideramos que es importante que el espectador vea a las protagonistas por última vez mientras concluyen, de tal forma que se lleven una imagen mental de los personajes de la historia.

Así como comenzamos el documental quisimos cerrarlo, en términos audiovisuales. La presentación de una secuencia de acción de pasarela de vestidos de baño de la Plus Size Fashion Weekend es el cierre audiovisual pertinente para el documental.

Además, “GORDA” termina preguntándole a las cuatro mujeres por la talla en que ellas consideran que está la belleza como una manera de cierre de contenido del documental. Los medios de comunicación, el modelaje y en general la sociedad nos han acostumbrado a pensar en una modelo como una mujer delgada, de medidas reducidas. Este recurso se utiliza también como una manera de que cada personaje concluya su participación en el documental y finalmente, haga el cierre de este.

El documental utiliza imágenes de apoyo principalmente de desfiles de las dos versiones de la Plus Size Fashion Weekend, del almacén de ropa de tallas grandes BBW, de eventos realizados por las modelos que participan en este y de Colombiamoda 2016. Estas buscan que el espectador no vea solo personas hablando, además se montaron dependiendo de del tema al que estuviera haciendo referencia el personaje.

En cuanto al sonido de "GORDA", no se utilizó voz en off porque los testimonios de los personajes ofrecían toda la información que queríamos exponer y consideramos que una voz en off no haría mayor aporte de contenido al documental. La información de contexto evidente se excluyó del documental. No consideramos necesario aportar datos o cifras de una realidad que parece palpable en nuestra sociedad.

Por otra parte, en la mayoría de las escenas se intentó utilizar el sonido natural con el que se grabó. Esto es especialmente valioso en las tomas de pasarelas ya que no se quiere alejar al espectador de la escena ni agotarlo con canción repetitivas.

Se utilizó la misma pista para abrir y cerrar el documental, de tal forma que el espectador notara cuando el documental está finalizando. Esta pista es dinámica y lo que se buscó con ella fue ambientar un contexto de pasarela o desfile, por ello también se agregó un sonido de captura de fotos sobre algunos sonidos ambiente.

Se utilizó una pista para algunas secuencias de acción que incluían tomas en diferentes lugares y en otras, se dejó el sonido ambiente de la toma. Es importante mencionar que en posproducción se limpiaron los audios de las entrevistas que, en algunas ocasiones, presentaban ruidos externos.

3. Informe de investigación

La presión por cumplir ideales de belleza trae como consecuencia situaciones de frustración, rechazo, depresión, baja autoestima y hace a las mujeres susceptibles a desarrollar enfermedades relacionadas con la alteración de la imagen. Catalogar a una mujer como bella muy pocas veces se basa en los éxitos académicos, laborales o económicos, a la mujer se le exige tener cierta apariencia física para ser exitosa y valiosa. En realidad, la apariencia física y los estereotipos relacionados con esta, se pueden considerar una de las preocupaciones de la mujer del siglo XXI. El objetivo es alcanzar los más altos estándares de belleza y perfección bajo ciertas normas y cualidades exigidas por la cultura de la imagen y el consumo (Muñiz, 2014).

El problema no radica en que existan unos ideales. Los inconvenientes comienzan a darse cuando estos se convierten en factores discriminantes de género que impiden a las mujeres ser consideradas valiosas únicamente por su apariencia física. La sociedad utiliza categorizaciones para excluir o discriminar, y una forma de hacerlo es por medio de la definición del cuerpo ideal del género femenino. En el siglo XXI, una mujer bella –de acuerdo al canon occidental, el cual se ha extendido debido a fenómenos como la globalización- debe ser delgada, alta, blanca y rubia (Martínez Barreiro, 2004).

Lo anterior es posible ilustrarlo en situaciones de la vida cotidiana en las cuales la mujer debe tener cierto aspecto físico para adquirir un empleo, vestirse a la moda y hasta considerarse saludable. Los ideales de belleza en la actualidad se establecen a partir de mujeres con medidas pequeñas y, por lo tanto, el cuerpo debe adaptarse a una moda y a una ropa que no incluye tallas grandes.

Diseñadores de marcas internacionales como H&M han afirmado que es más fácil y más armonioso trabajar con prendas pequeñas y es por esto mismo, que se buscan modelos delgadas (García, 2013, 2 de julio). Así mismo, el gerente de tiendas de ropa de Abercrombie & Fitch mencionó: “mis tiendas tienen éxito porque no contrato a gordas y porque viene gente guapa” (El Confidencial, 2013, 17 de mayo). Los diseñadores quieren vestir el éxito, y el éxito hoy está vinculado a la delgadez, pues la esbeltez refleja disciplina, control sobre el cuerpo. Por eso una persona gorda no está bien vista, porque revela descontrol (Eceiza &Primo-Martin, 2009).

Sin embargo, la discriminación de la mujer basada en ideales de belleza no se refleja únicamente en la moda y las prendas de vestir. En muchos puestos de trabajo prima el peso de las mujeres antes que sus cualidades laborales, pues no estar delgada se tiende a relacionar con características como la pereza, la ansiedad, la enfermedad y una mayor predisposición a los accidentes como consecuencia del sobrepeso (Rivas, 2015). De hecho, un estudio del Zukunft der Arbeit Institute (IZA) señala que las mujeres gordas ganan menos que las delgadas; este estudio, además, concluye que tiende a producirse una discriminación negativa de las mujeres con un peso elevado.

Sumado a lo anterior, existen espacios especiales para mujeres consideradas gordas: pasarelas de moda¹, gimnasios² y tiendas de ropa³. Valdría la pena preguntarse ¿por qué las mujeres que no tienen las medidas impuestas por los cánones de belleza deben asistir a lugares diferentes a los que asisten las mujeres que sí presentan estas características? ¿Acaso no es una manera de discriminación ligada a un ideal de belleza?

Sin embargo, esto no es lo más preocupante. Quienes poseen las características del ideal de belleza impuesto en la actualidad tienen razones para valorarse positivamente, mientras que las que se apartan de él, suelen tener baja autoestima y en la mayor parte de los casos recurren a la anorexia, la bulimia o las cirugías estéticas. La presión social es determinante para explicar consecuencias como los desórdenes alimenticios y el afán por buscar métodos, como las cirugías estéticas, para pertenecer a las mujeres consideradas bellas (Rodríguez & Cruz, 2008).

En Colombia existe un alto número de mujeres con insatisfacción corporal. El estereotipo de mujer bella que transmiten los medios, la publicidad y la moda le exigen al género femenino tener un cuerpo delgado, pertenecer a tallas pequeñas, tener el cabello de cierto color y estar bronceadas. Cuando estas características no se

¹ En Bogotá se realiza cada año el Plus Size Fashion Weekend. Ver más en <http://www.plussizefashionweekend.co/blog.html>

² El gimnasio XLClub de Bogotá está diseñado para que asistan mujeres de tallas grandes. Ver más en <http://www.xlclub.com.co/>

³ Tiendas como By La Gorda Fabiola en Colombia venden ropa solo para mujeres consideradas gordas. Ver más en <http://www.bylagordafabiola.com.co/>

logran se genera inseguridad, depresión, aislamiento y bajo rendimiento laboral y social. Las mujeres se sienten feas por no hacer parte de los estándares impuestos por la sociedad (Grupo de Estudio de Trastornos de la Conducta Alimentaria de la Universidad de Antioquia, 2010).

El debate contemporáneo acerca de la moda ha ampliado el papel de este tema en la sociedad. Más allá de concebirse únicamente como una cuestión superficial, de colores, gustos y formas, la moda puede pensarse como un elemento central que media ciertos procesos sociales como la producción y el consumo, la publicidad, la cultura y la salud. Con respecto a esto, el sociólogo francés Marcel Mauss afirmó que la moda es “un fenómeno social total” y argumentó que esta es mucho más que vestirse bien, pues se trata de una institución que expone al hombre en todos sus aspectos sociales (Mauss, 1978).

De esta forma, la moda puede tratarse como un tema creador de cambio e influenciador de procesos sociales tal y como ha sucedido con la ola de modelaje plus en el mundo y en Colombia. Detrás de modelos poco convencionales desfilando en pasarelas, existe un discurso que pretende animar a las mujeres a llevar una vida saludable y llena de autoestima, más allá del peso que marque una báscula. Se trata de fomentar la diversidad y una realidad social más inclusiva que se sale de los cánones establecidos por años.

El modelaje plus size o de tallas grandes ha comenzado a tomar fuerza como una manera de, precisamente, impulsar los diferentes tipos de belleza y abrir la posibilidad de que todo tipo de mujeres hagan parte de la moda y de esta forma, promuevan un estilo de vida basado en el amor propio, la aceptación y la vida saludable sin importar el tipo de cuerpo que se tenga.

3.1 Fase de preproducción

Antes de comenzar con el proceso de grabación y entrevista, se realizó una investigación teórica con la que se buscó entender cómo la moda es un factor que se involucra en varias esferas: política, social, histórica, entre otros. Para esto, se consultó bibliografía acerca de moda y sociedad, de las tallas a lo largo del tiempo, de modelaje y de la manera de vestir y concebir la moda en la historia.

Adicionalmente, se consultaron fuentes sociológicas sobre consumo, moda, clases sociales. Además, se hizo una lectura de noticias, actualidad y una revisión de los documentales ya existentes que tocan el tema de la moda y su relación con otros aspectos.

A continuación, hicimos una investigación sobre qué fuentes debíamos entrevistar para hacer el planteamiento de nuestro anteproyecto. Se realizaron las entrevistas correspondientes, se revisó el estado del arte sobre el tema, se plantearon los objetivos, la pregunta y el cronograma para la elaboración del documental.

Estado del Arte

Para entender este tema fue necesario hacer un recorrido por los principales autores que han tenido como objeto de estudio las tallas de prendas de vestir y la moda. En este asunto podemos encontrar académicos de distintas disciplinas como la sociología, la antropología, la economía, la medicina o la psicología, los estudios de género y áreas relacionadas con el diseño y la confección de modas. Además, también existen algunos productos periodísticos que han abordado el tema.

Artículos y libros académicos

Sociología y moda

Consideramos importante comenzar con uno de los primeros teóricos que trataron el tema de la moda como objeto de estudio. En su libro *Teoría de la clase ociosa*, el sociólogo y economista Thorstein Veblen expone cómo la clase ociosa – que se caracteriza por ser un grupo privilegiado de personas que no producen, por ejemplo, artistas o gobernantes- actúa como factor económico en la vida de fin del siglo XIX. Podemos extraer del texto dos argumentos importantes: en primer lugar, Veblen afirma que algunos bienes son adquiridos por otras valoraciones distintas a la mera utilidad (Veblen, 1899), así, las valoraciones honoríficas que puedan desprenderse de los bienes toman gran importancia y, en segundo lugar, la vestimenta y la moda son ejemplo de estos bienes que hacen parte del proceso vital de la clase ociosa. Así, las personas se despojan de muchas comodidades y

necesidades con el fin de poder pagar la cantidad de consumo derrochador que para su contexto se consideraría válido. Además, consideran necesario responder al gusto colectivo.

Al seguir la misma línea de teoría del consumo, encontramos a la socióloga española Ana Martínez Barreiro que en el artículo “La moda en las sociedades avanzadas” utiliza como base los argumentos de Pierre Bourdieu y Jean Baudrillard acerca de las sociedades de consumo. Martínez Barreiro nos ofrece, por una parte, un panorama teórico del papel de la moda en el campo de las ciencias sociales y, por otra parte, una perspectiva relacionada con el placer y la comodidad. Resalta la importancia de la moda en las sociedades ya que considera que como cultura de masas se dirige a todos pero haciendo distinciones. La socióloga trae a colación las tesis de Bourdieu relacionadas con el estatus y el espacio social para sustentar este argumento. Finalmente, a través de autores como Lipovetsky, Morace y Maffesolí, afirma que el individualismo se convierte en el trasfondo de las sociedades contemporáneas en las que se desarrollan multiplicidad de modas. Martínez Barreiro afirma que “a través del vestido ya no se busca prioritariamente hacer alarde de pertenencia a una clase social, sino de un gusto, de un estilo de vida” (Martínez Barreiro, 1998, pág. 135).

Esta misma socióloga explora los cambios que se han dado sobre la imagen del cuerpo como un objeto de consumo. En el artículo “La construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas”, Martínez Barreiro argumenta que las modas sociales utilizan categorizaciones como la definición de cuerpo ideal como factores de discriminación que desencadenan diversos problemas de salud (Martínez Barreiro, 2004).

Al seguir esta línea de análisis, encontramos a la investigadora de cultura e industrias creativas Joanne Entwistle. Sus investigaciones acerca de la sociología de la moda, la vestimenta y la corporalidad han resultado en varios libros como *The Aesthetic Economy of Fashion: markets and value in clothing and modelling* o *El cuerpo y la moda: una visión sociológica*. Este último hace una sinergia entre el pensamiento de moda con la sociología del cuerpo, así considera que la relación entre el cuerpo y la indumentaria están determinadas por el contexto y la construcción cultural bajo la que se encuentran. La autora considera que la moda y la identidad se

relacionan ya que la ropa otorga de sentido al cuerpo, “la ropa es la forma en que las personas aprenden a vivir en sus cuerpos y se sienten cómodos con ellos. Al llevar las prendas adecuadas y tener el mejor aspecto posible, nos sentimos bien con nuestros cuerpos” (Entwistle, 2002, pág. 12) .

Sistemas de tallaje

En cuanto a la noción de talla consideramos necesario comenzar con el debate alrededor de la creación de un tallaje estándar en la elaboración de ropa lista para vestir. Así, la investigadora de la Universidad de Cornell, Susan Ashdown, ha estudiado cuidadosamente el proceso de tallaje en la historia. En su libro *Sizing in clothing: developing effective sizing systems for ready to wear clothing*, Ashdown nos da una guía para entender los procesos de formulación y estandarización de tallas. Propone una contradicción en la industria de la moda: ofrecer prendas bien confeccionadas pero obedeciendo a las restricciones económicas.

La investigadora afirma que existen muchas medidas y dimensiones que deberían resultar en múltiples tallas que den cuenta de la distinta población. Para establecer un tallaje adecuado se deberían realizar estudios antropométricos pero estos resultan ser costosos, requieren mucho tiempo y podrían considerarse invasivos para los objetos de estudio. Entonces, Ashdown hace referencia a que los sistemas de tallas se fundamentan en lo que las empresas individualmente establecen a partir de la intuición que en lugar de adaptarse a las personas target, se alejan de ellas.

Mientras que el texto de Ashdown nos da una mirada de la historia del desarrollo textil y los sistemas de tallaje, el libro de Rajkishore Nayak y Rajiv Padhye, “Garment Manufacturing Technology”, nos ofrece un panorama actual de la industria textil global. Los autores hacen un recuento general de cómo han cambiado los sistemas de tallaje y cómo en ciertas regiones los han adaptado. Por ejemplo, se menciona que en África austral se adaptan a las medidas utilizadas en el mundo occidental (hombros, busto, cintura y caderas) ignorando las características específicas de las mujeres de esta parte del mundo (Nayak & Padhye, 2015). También hace un recuento de los distintos estudios antropométricos que se han realizado

alrededor del mundo con el fin de configurar patrones de medida que se adapten a las necesidades de las mujeres de cada país.

Economía

El tema específico de las tallas se ha desarrollado desde una mirada mercantilista y económica. Por ejemplo, el artículo “On the Optimal Choice of Size”, Peter Tryfos publicado en la revista *Operations Research* se pregunta cómo se deberían diseñar las tallas para maximizar las ventas pero, simultáneamente, cómo diseñar una talla que disminuya el descontento de una población (Tryfos, 1985). El artículo presenta una solución algorítmica que resulta en un sistema de tallaje óptimo a través de una única dimensión. El autor considera que los sistemas que consideran dos o más dimensiones pueden ser complicados a la hora de satisfacer a una población.

Feminismo y estudios de género

Gracias al desarrollo de los estudios de género, impulsados generalmente por las tendencias feministas, este tema tuvo espacio en discusiones académicas de las Ciencias Humanas. La politóloga y socióloga marroquí Fatema Mernissi en su libro “El harén de Occidente” hace una crítica al poder masculino que domina a la mujer en Occidente y que le impone la vestimenta y el modelo de belleza ligado a las tallas pequeñas. Uno de los fragmentos más llamativos de su libro es una conversación entre ella y una vendedora de ropa de un almacén en Estados Unidos que le dijo que no tenían prendas de su talla, pues quedarían en bancarrota vendiendo tallas grandes. Como conclusión de este fragmento, Mernissi afirma que en Occidente el estereotipo de belleza aceptado puede humillar y herir a una mujer tanto como la opresión de los regímenes extremistas al exigir el uso del velo (Mernissi, 2001).

El libro “Sexy Feminism: A Girl’s Guide to Love, Success, and Style” de las escritoras Heather Wood Rudolph y Jennifer Keishin Armstrong sirve como pauta para las mujeres que a través del feminismo pueden lograr éxito. A través de un recuento histórico de algunas prendas de vestir, las autoras afirman que la

vestimenta ha ido usada como elemento opresor de las mujeres, restringiendo sus opciones en la sociedad y manteniéndolas confinadas como ciudadanas de segunda clase (Armstrong & Wood Rudúlph, 2013). Además, arguyen que sigue existiendo un tipo especial de cuerpo.

Estandarización de tallas

El debate alrededor de este tema ha tomado importancia en los últimos años y por eso ha nacido la iniciativa desde los gobiernos o las entidades privadas por buscar una estandarización de las tallas. Por ejemplo, el caso de Indonesia puede verse en el artículo “The Development of Standard Size for Clothes of Indonesian Boys Based on Anthropometric Data as a Reference to Formulate RSNI 0555:2013” realizado por académicos del Departamento de Ingeniería Industrial de Universitas de Indonesia. En este, los investigadores proponen estudiar una gran población de hombres para crear una base de datos con la información de sus medidas, luego, con la información adquirida a través de un escáner 3D plantean formular un sistema de tallaje que dé cuenta de la población real y que se ajuste a las características generales de los estudiados. Los autores del artículo consideran el estudio como una propuesta que puede ser generalizable y esperan que este pueda ser aplicado desde el Gobierno Nacional (Muslim at al., 2014).

Así mismo, el caso de España está bien documentado en distintos artículos periodísticos y algunas notas en los medios. Desde 2007 el Gobierno de ese país expresó su preocupación por las diferencias en tamaño de las prendas de vestir de un mismo número, por ejemplo, la diferencia de hasta diez centímetros en una misma talla dependiendo de la marca. La nota titulada “El desbarajuste de la talla 42” del diario ABC comienza haciendo clara las diferencias en tallas de algunas marcas de ropa española, luego comenta la propuesta de realizar un estudio antropométrico que dé cuenta de las medidas de las mujeres españolas y que sirva como instrumento para la formulación de un sistema de tallaje general y unificado ya que “los estudios vigentes se hicieron hace más de 20 años y no responden a la constitución actual” (Ramírez de Castro, 2010).

Medios de comunicación y estándares de belleza

Los medios de comunicación pueden ser concebidos como transmisores de los ideales de belleza de las mujeres. Son entendidos como herramientas que exponen contenido e información masivamente. De hecho, debido al gran alcance de estos en la sociedad, tienden a ser los encargados de decidir qué se debe usar, cómo debemos comportarnos y a influir en la opinión que tenemos de diferentes asuntos. Gran parte de las concepciones culturales de las personas están elaboradas con base en lo que los medios de comunicación difunden (Ruiz & Rubio, 2004).

Con base en lo anterior y por el gran poder que representan en la sociedad, los medios de comunicación pueden ser considerados uno de los principales transmisores de estereotipos, cánones o características, con la facultad de estandarizar discursos y percepciones. La relación de los medios de comunicación con los ideales de belleza se da porque, aunque no siempre son estos primeros los que los crean, sí tiene una gran responsabilidad porque refuerzan y respaldan a los segundos (Faour, 2010).

En Colombia y en la mayoría de medios del mundo occidental, la concepción de la belleza de la mujer se ha ido homogenizando, de tal forma que la imagen de mujer que se expone está basada en un único grupo de características relacionadas con la perfección y la belleza física que se identifica con la delgadez y ciertas medidas corporales. La cultura de la belleza se fortalece con las novelas o contenido de entretenimiento que se transmite, con la publicidad y hasta con el tipo de mujer periodista que trabaja en los medios de comunicación (Ruiz & Rubio, 2004).

Respecto a esto, el estudio "La mujer en los medios de comunicación" de Análisis Sociológicos, Económicos y Políticos (ASEP) de España, concluyó que las cualidades físicas es uno de los temas que más recalcan los medios de comunicación a nivel mundial. De esta forma, la televisión es el tipo de medio

que más destaca ideales de belleza y características físicas de las mujeres, dejando de lado aspectos como las aptitudes intelectuales, las capacidades laborales o profesionales y la personalidad.

El caso colombiano no es indiferente a las anteriores cifras. Entre los medios de comunicación del país, los televisivos son los que más refuerzan los estereotipos, lo cual se puede evidenciar en el gran número de novelas en el que sus personajes son mujeres delgadas, altas, sexys y jóvenes. Por lo general, es difícil encontrar actrices con rasgos físicos diferentes a los que exige la moda y los cánones de belleza de la actualidad. Además, cuando se trata de una mujer que no cumple con las cualidades que indican belleza física, el papel que interpretan, casi siempre, está ligado a una mujer sin éxito, triste o con una vida difícil (Benítez, 2010).

Sumado a lo anterior, en el país se han producido gran cantidad de programas televisivos denominados como *narconovelas* y que han sido fuertemente criticadas por el contenido relacionado a la concepción de la mujer. Estas han reforzado esos estereotipos físicos que impone la moda y la publicidad: una mujer cuya belleza está directamente relacionada con las medidas corporales, las cirugías, las dietas, un determinado color de piel y de cabello, y el cuerpo de la mujer como un objeto para el hombre. La transmisión de estereotipos también se presenta en el contenido y el lenguaje que se utiliza en las noticias o en los noticieros. Por una parte, abunda la cantidad de noticias en las que el único objetivo es mostrar cómo quedó una mujer después de cierta cirugía; se le da un amplio cubrimiento a reinados de belleza nacionales e internacionales, en repetidas ocasiones la noticia está relacionada con cómo le quedó a una mujer el cuerpo después del embarazo, o a la arruga que se le vio a cierta mujer famosa en una foto (Benítez, 2010).

También, en los portales de noticias es común encontrar contenidos relacionados con los mejores cuerpos, las caras más bonitas o más sexys; y artículos cuyos títulos son, por ejemplo: "ejercicios para tener un cuerpo 90-60-90". Así mismo, los medios han sido los creadores de concursos como el de la revista TV y Novelas: "La mujer con la mejor cola", en el que se expone la cola

Libro de producción audiovisual - GORDA
de ciertas mujeres de la farándula y el público puede votar vía Internet. En este punto se evidencia no solo el refuerzo de los estereotipos, pues las mujeres deben parecerse a quienes los medios exponen como una mujer bonita, sino que además se promueve la visión de la mujer como un objeto obligado a ser de una forma determinada para encajar, ser deseada y tener éxito ().

Los medios de comunicación, además, promueven cierto ideal de belleza con sus presentadores o periodistas. Es difícil encontrar que la mujer que conduce un noticiero sea gorda o, incluso, negra. De nuevo, una mujer delgada, alta, rubia y con curvas tendrá más posibilidades de ser la cara de un espacio de noticias. Mientras que las mujeres que no cumplen con estas características, ocuparán puestos laborales que no requieran proyectar una imagen al público (Faour, 2010).

Por último, y quizá uno de los sectores que más promueve estereotipos de belleza, es la publicidad. Esta es una importante fuente de influencia capaz de imponer modelos que fácilmente son acogidos por la sociedad y repetidos de forma inconsciente por las personas. La publicidad vende productos y en ese proceso, transmiten estereotipos, cuyo principal destinatario, consumidor y receptor del mensaje es la mujer. Respecto a esto, en Colombia y en el mundo, la publicidad se transmite principalmente a través de los medios de comunicación, que muchas veces son financiados por marcas que elaboran publicidades en las que abunda el ideal de belleza de la actualidad (Ruiz & Rubio, 2004).

Psicología y trastornos alimenticios

Artículos como este le dedican un espacio importante al asunto de las dietas y las jornadas de ejercicio a las que se tendrían que someter algunas mujeres con el fin de alcanzar la talla deseada. La médica María del Rosario Trinidad Ayela Pastor, en su libro *Adolescentes: trastornos de alimentación*, elabora un recuento del proceso de alimentación de las personas desde sus primeros días de nacido hasta la adolescencia, haciendo hincapié en los trastornos alimenticios. Así, considera la moda como un factor que potencializa estos trastornos, afirma que la moda y la promoción de la extrema delgadez son discriminatorias y promueven un ideal de mujer poco saludable (Ayela, 2009).

En cuanto a literatura escrita en español, encontramos el reciente libro de la socióloga española Patricia Soley-Beltrán, titulado *iDivinas! Modelos, poder y mentiras*. Este libro plantea una mirada etnográfica y sociológica al oficio de modelo. La autora ejerció como modelo en su juventud y desde su perspectiva escribió este libro que además ganó el Premio Anagrama de Ensayo 2015. Soley-Beltrán resalta que las modelos y las tallas de ropa crean una ilusión de mujer bella que se aleja un poco de las mujeres que están frente al televisor o a los anuncios publicitarios (Soley-Beltrán, 2015).

Artículos periodísticos

En cuanto a artículos periodísticos encontramos muchas notas de periódicos que registran el problema en torno a las tallas de prendas de vestir. Por ejemplo, el diario español El País, en el artículo titulado “Topshop retira de las tiendas sus maniqués más delgados” expone la decisión de la empresa británica de cambiar los maniqués por unos de tallas más grandes. Además, explica el caso de Francia donde una nueva ley prohíbe el uso de modelos extra delgadas en las pasarelas y otra define el delito de incitación a la anorexia debido a la relación entre el deseo de ser delgada y los trastornos alimenticios (El País, 2015).

El artículo de The Washington Post “The absurdity of women’s clothing sizes, in one chart” hace un recuento de los cambios que han sufrido las tallas a través del tiempo

(Ingraham, 2015). Así mismo, introduce el debate en torno a la estandarización de las tallas y el *vanity sizing*. Concluye afirmando que las mujeres tienen que navegar en el caos del tallaje un poco arbitrario que continúa basándose en los estándares de 1958.

Por su parte, el artículo del periódico El Tiempo titulado “Diseñadores colombianos se abstienen de confeccionar para mujeres de talla 12 o más” expone el caso de una mujer a la que se le dificulta conseguir ropa debido a que es talla 14. El artículo argumenta lo complicado que puede ser encontrar ropa a la moda en tallas “grandes”. Además, le dedica el apartado “Autoestima raquítica” a las consecuencias que los ideales de belleza relacionados con las tallas pequeñas tienen en las personas: trastornos alimenticios. También da la cifra de que en Colombia viven 12 millones de personas con sobrepeso u obesidad (El Tiempo, 2010). Finalmente, el artículo presenta la visión de varios diseñadores y vendedores de prendas de vestir que apoyan la idea de diseñar ropa de moda únicamente para mujeres delgadas.

Documentales

En lo audiovisual encontramos gran variedad de documentales dedicados al tema de la moda, desde reconstrucciones de la vida de los más importantes diseñadores hasta algunos dedicados a la confección de prendas específicas. Sin embargo, en cuanto a productos que expresen un entendimiento más allá de lo relacionado meramente con estilo o gusto estético la cantidad es reducida. Un ejemplo reciente es el trabajo llamado “The True Cost” (2015). Este documental se enfoca en las problemáticas de los países encargados de la producción mundial de prendas de vestir y zapatos. Desde una mirada crítica a los sistemas económicos actuales, este documental se pregunta por el verdadero costo de la moda, teniendo en cuenta las crisis de Derechos Humanos en las fábricas manufactureras.

Otro costo que se debe pagar en el mundo de la moda es el de las modelos que tienen que hacer muchos sacrificios para ser *Top-Model* y salir en la portada de las revistas más reconocidas. El documental “Chasing Beauty” (2013), dirigido por Brent Huff, examina cuáles son los requisitos para ser una supermodelo, además muestra los efectos psicológicos y la imagen del cuerpo que se construyen en el

mundo de la belleza. Esta película acude a diseñadores, fotógrafos, agentes, cirujanos plásticos y principalmente a las modelos.

Por su parte, el documental “The World Before Her” (2012) muestra el mundo de dos mujeres: una de ellas se prepara para el concurso de belleza de la India y la otra hace parte de un grupo ideológico nacionalista. El documental expone los contrastes de estas dos mujeres. El de la participante de Miss India se enmarca en un campo de entrenamiento en el que las aspirantes deben someterse a duras rutinas con el fin de alcanzar el ideal de belleza para este país. La historia paralela se desarrolla en un campamento del movimiento fundamentalista militante, más allá del entrenamiento estas niñas también buscan acercarse al ideal de mujerbuena.

Otro documental que da cuenta de las nociones de belleza en la moda es el llamado “Advanced Style” (2014). Este trabajo muestra la vida de siete mujeres que hacen parte de la socialité de Nueva York y que conservan un estilo único guiado por la exclusiva alta costura. Este documental presenta cómo en contra de los que muchos pensarían, las mujeres mayores de 50 años también pueden ser creativas al vestir y además llenan de color y vida sus vestimentas. En cuanto al tema específico de las tallas el próximo año se lanzarán dos documentales que se enfocan en el mundo de las modelos *plus size*: “Straight/Curve” (2016) y “A perfect 14” (2016).

Con toda esta información, es posible afirmar que existe una preocupación desde la academia y el periodismo por analizar la moda como un factor que interviene en la sociedad más allá de los gustos o las prendas de vestir. Desde múltiples disciplinas se han intentado estudiar los fenómenos detrás de la moda y teniendo en cuenta distintas variables, se han llevado a cabo investigaciones que enriquecen el panorama académico. Sin embargo, desde la perspectiva periodística no encontramos documentales en Colombia que se enfocaran los efectos sociales que tiene la moda o, específicamente, en la relación belleza-tallas de ropa.

- **Referentes conceptuales**

Referentes Metodológicos:

El resultado final de la presente investigación periodística será un documental. Este tipo de formato se ocupa de abrir dimensiones que se encuentran más allá de la realidad e implican en cierta medida una crítica social, invita a sacar conclusiones que suponen una reflexión y muestran lo conocido de manera no habitual (Rabiger, 2005). El tema que se está desarrollando, las tallas y su relación con los ideales de belleza en Colombia, se ha tratado de manera reducida en el país y es por esto que a partir de este formato se expondrá una realidad social que no es tan visible.

Concretamente utilizaremos el documental expositivo, definido por Bill Nichols (2001) como aquel en el que se argumenta una posición a través de las imágenes. Se trata de una modalidad retórica dirigida directamente al espectador que plantea una hipótesis y luego llega a una conclusión, además la lógica causa – efecto conduce gran parte del hilo narrativo.

Referentes sobre el tema

El enfoque conceptual de este documental se centra en el creciente panorama de modelos plus de nuestro país, las tallas de las prendas de vestir, el tema de la obesidad, la aceptación personal y los ideales de belleza. Con esto en mente y después de hacer la revisión de la bibliografía relacionada con el tema, es pertinente definir las variables que guiarán el hilo narrativo de la investigación. Dentro de los referentes conceptuales de este trabajo hemos tenido en cuenta la postura de autores que han tratado el tema de los ideales de belleza, las tallas y su relación con otras esferas como la salud, la publicidad y el mercado.

Uno de los conceptos principales de esta investigación es el de los ideales de belleza, pues con base en estos es que se construyen las tallas. Los ideales de belleza pueden ser definidos como una representación mental que tienen los individuos del tamaño y forma del cuerpo adecuada, la cual está influenciada por una variedad de

factores históricos, culturales, sociales, individuales y biológicos (Banfield y McCabe, 2002).

Con base en lo anterior, los ideales de belleza son construcciones sociales que se transforman dependiendo del contexto y que se ven influenciados por factores como la cultura, la política, la religión o los medios de comunicación. Además, para algunos autores el concepto de belleza femenina no ha sido definido por la mujer, sino por el hombre. “La belleza femenina resulta una construcción del patriarcado cuya ideología ha contribuido a mantener a la mujer ocupada en su imagen corporal” (Mernessi, 2001).

Ahora bien, el ideal de belleza occidental que se impone en el siglo XX es el de una mujer joven, alta, delgada, sin grasa corporal, sin arrugas y seductora. En este punto es pertinente involucrar la moda como otro de nuestros referentes si se tiene en cuenta que es uno de los espacios en los que se expresan los ideales de belleza. Esta es establecida a partir de mujeres de dimensiones reducidas, casi esqueléticas, y por lo tanto el cuerpo debe adaptarse a una moda y a una ropa que no incluye tallas grandes. A las mujeres las obligan a ser delgadas si quieren vestir bien. Los diseños y los estilos de las tallas grandes se asocian a mujeres viejas y son feos. La ropa bonita no sirve si se es gorda (Kater, 2004).

Las tallas están asociadas directamente a los ideales de belleza de la mujer del siglo XX ya que la delgadez y pertenecer a la tallas de la 0 a la 4 están bien visto por diseñadores, empresarios de la industria textil y por ende por los consumidores. El tema se conoce como la *tubularización* de la figura, y se refiere a una tendencia que en los últimos 30 años ha estado presente en Occidente: reducir poco a poco la talla del ideal femenino de la belleza.

Ligado a las tallas se encuentra el factor comercial que ejerce poder cuando se trata del proceso de producción de una talla. No solo los ideales de belleza contribuyen a elaborar prendas con tallas reducidas, sino que la oferta-demanda juega también un papel importante. Diseñadoras colombianas como Pepa Pombo argumentan que un diseño bonito requiere una talla correcta y señala que es muy difícil hacer diseños de tallas grandes que se vean juveniles y que sean llamativos para los consumidores. “Montar ropa talla 12 en una vitrina se ve muy feo, la ropa pequeña, en cambio, se ve más bonita” (El Tiempo, 2013).

Sumado a esto, las empresas textiles buscan ofrecer prendas bien confeccionadas pero obedeciendo a las restricciones económicas. Como se mencionó en el Estado del Arte, los estudios antropométricos para establecer patrones de tallaje pueden conllevar altos costos, ser invasivos para las personas estudiadas y necesariamente requieren largos periodos de tiempo para su realización y análisis (Ashdown, 2007). El deseo de las mujeres de esta época es pertenecer al mundo de las tallas que se venden en los almacenes y cuando esto no sucede, cuando el parecerse a una mujer alta, con largas piernas y caderas estrechas se convierte en un deseo frustrado, se genera en la población femenina una gran insatisfacción corporal que termina desencadenando en sentimientos de culpa con afectación directa a su autoestima (Rodríguez & Cruz, 2008).

El modelaje de tallas grandes, llamado por muchos como la revolución “curvy”, ha nacido, según sus promotoras, como una respuesta a lo mencionado anteriormente: lo difícil que se convierte para una mujer “del común” pertenecer a la talla “correcta” o de lo contrario, ser llamada gorda. La palabra *gorda* está cargada de connotaciones negativas a pesar de ser solo un adjetivo como alto, bajo, flaco o cespío. Esta palabra supone algo negativo, se asocia con algo feo o una ofensa y por ello, la tendencia es que muchas mujeres prefieren ser llamadas de cualquier otra manera antes que “gordas” (Cifuentes, 2017).

Detrás de las pasarelas XL y el modelaje que impulsa a las mujeres de curvas pronunciadas, ha nacido un discurso de aceptación y amor propio, cuyo lema se basa en el respeto por el cuerpo que se tenga siempre y cuando esté dentro de los parámetros de salud y bienestar. Sin embargo, por motivar a las mujeres a no querer cambiar sus cuerpos, este movimiento ha sido acusado de promover la obesidad. A esta acusación, los diferentes movimientos alrededor del mundo en pro de las tallas grandes, han respondido que no se trata de fomentar la obesidad, sino de animar a las mujeres a llevar una vida saludable más allá del número que marque una báscula. Para las modelos plus, hay que romper el imaginario de que la gente gorda no se cuida o no hace deporte (Cifuentes, 2017).

3.2 Fases de preproducción y producción

En octubre de 2015 asistimos al primer Plus Size Fashion Weekend. En este evento tuvimos el primer contacto con el mundo del modelaje de tallas grandes colombiano, además de conocer a las modelos y a las personas promotoras del movimiento. Fue la oportunidad para obtener los contactos iniciales de las personas que después harían parte del documental, como Ana María Ángulo, Angie Díaz y Pamela López. Ese día le dimos a conocer la idea de “GORDA” a la directora del desfile y nos contó un poco del proyecto de tallas grandes en Colombia. Además, hicimos algunas tomas del desfile y de las charlas sobre alimentación, bienestar y belleza que hubo el día del evento.

Con el fin de evaluar la participación y el panorama de las tallas grandes en Colombia, en julio de 2016 asistimos a la versión de Colombiamoda de ese año. Para esta época, el evento no incluía todavía a modelos de tallas grandes, por ello el contenido audiovisual que logramos recoger allí no fue muy provechoso para el documental. La visita aportó para hablar con diseñadores que nos contaron acerca de las tallas, los diseños de pasarela vs. los diseños que se venden en las tiendas, el modelaje y su opinión sobre las modelos de tallas grandes. En nuestra visita a Medellín también contactamos a Angie Díaz, una de las modelos que había participado en la primera Plus Size Fashion Weekend y que vive allá, y le hicimos una entrevista en la cual nos contó sobre su experiencia como modelo y empresaria de tallas grandes.

En octubre de 2016 asistimos a la segunda versión de la Plus Size Fashion Weekend y allí captamos gran parte del material de pasarelas que se utilizó en el documental. Además, tuvimos la posibilidad de hablar con la marca de ropa de tallas *plus* BBW y con la influenciadora panameña de tallas grandes Ricky Hernández. Entrevistamos a varias modelos, grabamos el desfile e hicimos varias tomas de apoyo de prendas de vestir.

Durante los siguientes meses grabamos una serie de entrevistas de largo aliento con Ana María Angulo, directora del Plus Size Fashion Weekend; Ana María Paternina, modelo e influenciadora; Pamela López, modelo y Pamela Díaz, modelo. También, hicimos algunas tomas de apoyo en la tienda de ropa BBW y acompañamos

a Ana María Paternina en algunas de sus rutinas diarias. Las entrevistas fueron grabadas con una cámara de video Canon XF205, hicimos tomas desde otros ángulos a las entrevistadas con una cámara Canon T5i y utilizamos micrófonos de solapa marca Sennheiser. Estas entrevistas fueron grabadas en planos medios y en diferentes lugares según la conveniencia de la persona.

En estas dos etapas encontramos dos dificultades principales: por una parte, que en el año 2017 Colombiamoda incluyó una pasarela de tallas grandes, pero desafortunadamente en este año no pudimos asistir, además ya nos encontrábamos en el montaje del documental. Por otra, nos topamos con que entre las modelos que entrevistamos hay varios problemas de convivencia, factor que nos hizo poner en duda alguna información que nos habían entregado las modelos en las entrevistas.

Cuando terminamos de hacer las entrevistas que habíamos planeado, las transcribimos e hicimos el pre guion y la escaleta del documental. Las transcripciones, en total ocho, nos ayudaron a decidir qué testimonios íbamos a incluir y cuáles no, además a organizar la línea temática y narrativa del producto. Decidimos no incluir en el documental las entrevistas de Angie Díaz, Pamela Díaz, Angélica Salazar y Liliana Navia por asuntos de calidad de la imagen y el sonido, además por la poca información que brindaba al público sus testimonios.

El montaje del documental estuvo organizado según las líneas narrativas que planteamos en el pre-guion, organizamos las entrevistas de acuerdo a las temáticas que cada una tocaba. En posproducción tuvimos que arreglar el color y el plano de algunas tomas, así como el sonido de las entrevistas que en algunos casos no tenían una buena calidad. También agregamos algunos sonidos ambiente de las pasarelas y musicalizamos con pistas descargadas de bancos de música que brindan permisos de uso de Creative Commons con fines académicos. La música que se eligió dependió de qué se estaba mostrando, de si era una pasarela o imágenes más cotidianas. Además, se tuvo en cuenta el objetivo que se tenían en cada momento del documental para la elección de esta.

La letra y el color que se usaron para los títulos y banners fue elegida de acuerdo a toda la línea del documental: sencilla y fresca. Buscamos no llamar mucho la atención con ella, porque consideramos que el impacto de las imágenes es grande,

sin embargo, elegimos un tipo de letra que fuera acorde con la palabra “gorda”: una gruesa y que se relacionara con lo que significa el término.

El documental se editó tres veces de acuerdo a las sugerencias que hizo nuestro tutor. La primera vez se hizo todo el montaje, se arregló el color de la imagen, se musicalizó y se colocaron títulos. La segunda vez que se editó, se quitaron algunas entrevistas y se cambió la música y la tercera, se arregló el sonido de las entrevistas y se volvió a musicalizar. Además, en esta última versión se redujeron algunos testimonios, pues consideramos que repetían información y por lo tanto el documental se tornaba aburridor. La principal dificultad que tuvimos estuvo relacionada con la calidad del sonido de las entrevistas, pues varias de estas tenían sonidos extraños que podían distraer al espectador.

4. Perfiles de los personajes

4.1 Ana María Paternina

Tiene 23 años y es estudiante de Administración de Empresas y de Instituciones de Servicio en la Universidad de la Sabana. Hace tres años se dedica también a hacer modelaje *plus* y a ser influenciadora de moda y del amor propio. Desde que decidió ser modelo, su vida en general la dedica a trabajar su cuerpo y a difundir un mensaje de auto aceptación y respeto por el cuerpo. Es una de las modelos *plus* colombianas más reconocidas a nivel nacional.

Decidió ser modelo porque en su adolescencia tuvo problemas de matoneo por su peso. Mientras modelaba se dio cuenta de lo importante que es para muchas mujeres reconocerse en las modelos y decidió ser influenciadora de moda creando el movimiento “Gordisbellas”. Realiza eventos y encuentros en los que reúne a mujeres de tallas grandes para que entre ellas conversen sobre lo que significa ser una mujer gorda y para reivindicar el cuerpo de la mujer.

También, es reconocida por denunciar a lugares públicos y almacenes de ropa en los cuales existe discriminación hacia las mujeres de tallas grandes. Aunque participó en la primera versión de la Plus Size Fashion Weekend, decidió no hacerlo más pues se encuentra en desacuerdo con algunas políticas de este evento.

4.2 Ana María Ángulo

Es administradora de profesión pero actualmente se dedica al modelaje de tallas grandes. Además, es la directora del Plus Size Fashion Weekend y de la agencia de modelaje *plus* “Ama tus Curvas”. En 2015 llevó a cabo la primera versión de la semana de la moda de tallas grandes y desde ese año ha realizado el evento anualmente.

Ana María Ángulo fue una de las primeras en hablar de tallas grandes en Colombia y abrió el primer espacio para capacitar mujeres de tallas grandes en el modelaje. “Ama tus curvas” nació como una iniciativa en redes sociales en la que más

mujeres se identificaban con el tema de las tallas grandes, por ejemplo, que no encontraban dónde comprar o que consideraban que las opciones del mercado de la moda eran muy reducidas. Después de ver que alrededor del mundo estaba naciendo una tendencia con relación a este tema, decidió fundar la agencia y trabajar no solo en las redes sociales. Ama tus curvas defiende la diversidad de tallas y celebra las curvas de las mujeres.

4.3 Pamela López

Tiene 26 años y es periodista de Publimetro Colombia y modelo de tallas grandes. Ha participado en la Plus Size Fashion Weekend y actualmente, es influenciadora de tallas grandes y de moda. Llegó al modelaje *plus* de casualidad, pues fue la periodista encargada de cubrir la primera versión de la semana de la modelo de tallas grandes. La directora de esta la vio, y la invitó a hacer parte del evento.

No se considera modelo pues cree que para serlo se necesita de mucha preparación y dedicación, el modelaje lo hace como un pasatiempo y una actividad alterna a su trabajo. Su profesión de periodista le ha permitido difundir mensajes positivos, de respeto, amor y autoestima por el cuerpo natural de las mujeres. Ha sido la imagen de algunas marcas de ropa y ha realizado campañas publicitarias.

4.5 Sonia Vanegas

Fue modelo y preparadora de modelos y tiene 43 años. Actualmente es la directora de la Pluz Fashion Agency y además hace parte del grupo de especialistas encargado de preparar a las mujeres que pertenecen a esta. La idea de una agencia de modelaje nació porque las nuevas marcas de ropa de tallas grandes necesitaban modelos para su marca y había muy pocas con formación o capacitadas para ello.

La Pluz Fashion Agency se creó con la idea de proveer una formación integral a las mujeres que quieren ser modelos. La formación debe tener clases de pasarela, fotografía, comunicación oral, nutrición, etiqueta y coaching grupal y personalizado que se ocupa, principalmente, de la autoestima de las modelos.

5. Escaleta

Secuencia 1: Introducción. Secuencia de acción de una pasarela en ropa interior de modelos de talla grande. Al final de la secuencia, entra el nombre del documental: “GORDA”.

Secuencia 2: Presentación de dos de las modelos a partir de las cuales se desarrolla el documental (Ana María Paternina y Ana María Angulo). Cada una habla de lo que significó aceptar que son gordas y cómo comenzaron en el modelaje, sus entrevistas están acompañadas de imágenes de ellas en pasarela o modelando.

Secuencia 3: Las tres modelos hablan del panorama del modelaje de tallas grandes en Colombia. Además, se introduce la opinión de Sonia Vanegas, la directora de una agencia de modelaje *plus size*. La secuencia está acompañada de las tres modelos en diferentes pasarelas.

Secuencia 4: Secuencia de acción de una pasarela con modelos de tallas grandes posando. Las modelos hablan sobre el cuidado corporal que debe tener una modelo de talla grande. Los testimonios están acompañados de imágenes de personas haciendo ejercicio.

Secuencia 5: Secuencia de acción de Ana María Paternina, una de las modelos, en un spa.

Secuencia 6: Sonia Vanegas y dos de las modelos (Ana María Angulo y Pamela López) hablan acerca del estigma que se carga por pertenecer a una u otra talla, por ser gorda. Las entrevistas están acompañadas de imágenes de archivo de las modelos en sesiones de fotos.

Secuencia 7: Inicia con imágenes de modelos de talla grande en una sesión de fotos. Ana Paternina, Ana Angulo y Sonia Vanegas hablan acerca de en qué ayuda el modelaje de tallas grandes a otras mujeres gordas que no son modelos. Los

testimonios están acompañados de imágenes del evento Gordisbellas y de imágenes de archivo de la Plus Size Fashion Weekend.

Secuencia 8: Imágenes de una pasarela y de una modelo preparándose para una sesión de fotos. Ana María Paternina y Sonia Vanegas hablan de la importancia de la autoestima y el amor propio en el modelaje de tallas grandes.

Secuencia 9: Imágenes de archivo de modelos de talla grande arreglándose y en una sesión de fotos. Imágenes de ropa en Colombiamoda, imágenes de la tienda BBW. Pamela López, Ana María Paternina y Sonia Vanegas hablan sobre las tallas grandes y la producción y venta de estas.

Secuencia 10: Conclusión del documental. Secuencia de acción de una pasarela de modelos de tallas grande en ropa interior. Las tres modelos hablan sobre cómo está el contexto del modelaje *plus* en Colombia.

Secuencia 11: Vox populi de las modelos y Sonia Vanegas respondiendo a la pregunta ¿en qué talla está la belleza?

Secuencia 12: Cierre del documental con una pasarela en vestido de baño.

6. Pre-guion

Secuencia	Línea narrativa	Vídeo	Audio
1	Introducción	Secuencia de una pasarela, aparición del título del documental. Clip:	Música de pasarela.
2		Plano medio entrevista Ana Paternina. Clip: Plano medio entrevista Pamela Díaz. Clip: Plano medio entrevista Sonia. Clip: Plano medio entrevista Ana Angulo. Clip: Plano medio entrevista Pamela López. Clip:	Ana Paternina: “¿En qué talla está la belleza? No, yo siento que la belleza no tiene tallas. O sea, mi talla no mide mi belleza. Yo sé lo que valgo. O sea, yo Ana María Paternina sé cuánto valgo y sé que valgo mucho. Que soy talla XL o XXL eso no quiere decir nada. Es un número que pusieron, no sé quién”. Pamela Díaz: “Está en talla XL. Yo no sé. La belleza no tiene talla. No tiene medida. La belleza está en una mujer. Eso es lo que yo puedo interpretar”. Sonia: “La belleza yo creo que está en todas las tallas. No hay una talla específica” Ana Angulo: “¿En qué talla? En todas”. Pamela López: “En ninguna. La belleza no tiene talla. Y

		<p>Plano medio entrevista Angie Díaz. Clip:</p>	<p>suenan muy cliché, pero es que es real. No tiene talla.”</p> <p>Angie Díaz: “Empezaron a enlazar la belleza con las medidas, cuando es algo que, irónicamente, me parece algo demasiado absurdo la manera en cómo uno le puede decir a un hijo desde pequeño que debe mantener la forma de su cuerpo”.</p>
3	Introducción de la modelo	<p>Plano medio entrevista Ana Paternina. Clip:</p> <p>Plano general. Secuencia de Ana P. Modelando en la PFSW 1. Clip:</p>	<p>Ana Paternina: “Yo siento que yo soy feliz así gorda. Y me di cuenta que yo no tengo por qué hacer lo que los otros digan. Que porque ellos me quieren ver flaca. Es mi felicidad, no la de ellos”.</p>
4	El modelaje de tallas grandes	<p>Plano medio entrevista Ana P. Clip:</p> <p>Plano medio entrevista Ana Angulo. Clip:</p>	<p>Ana Paternina: “decidí ser modelo primero porque quería darle una lección a todas aquellas personas que durante toda mi vida se han dedicado a hacerme matoneo por tener unos kilos de más”.</p> <p>Cuando uno hace modelaje lo primero en lo que piensa es en los complejos. Entonces ‘ay, se me ve el gordito,’ o es que no tengo una cola grande, o es que no tengo buen busto.</p> <p>Ana Angulo: Mujeres de tallas grandes hay muchas pero</p>

		<p>Plano medio de entrevista Sonia. Clip:</p> <p>Plano medio entrevista Angie Díaz. Clip:</p> <p>Plano medio entrevista Pamela L. Clip:</p> <p>Plano general secuencias de acción de cada modelo en pasarela. Clips:</p>	<p>no hay modelos, y me refiero al hecho de que el modelaje es una profesión, entonces no todas podemos ser modelos, como no todas podemos ser médicos o abogados.</p> <p>Sonia: “Yo vengo de la escuela de mujeres de tallas delgadas. Yo llevo siendo modelo 20 años y llevo formado modelos 15, entonces siempre he estado encasillada en que esa era la manera. Cuando entré a este proyecto tuve que abrir mi mente y empezar a transmitir todo lo que yo sabía en las mujeres de tallas grandes”.</p> <p>Ana Angulo: “ellos están en esa pelea de que no (porque lo dicen de manera despectiva): ‘las gordas no caben en la moda, las gordas en las pasarelas: no`.</p> <p>Angie Díaz: “cuando yo estaba en Cúcuta, yo quería ser modelo y me fui a ver. ¿Y qué fue lo que me dijeron a mí? ‘Usted aquí vaya pa allá, usted no puede, usted está gorda’. Ahí todas las ganas de ser modelo se me murieron y dije ‘yo no sirvo para eso”.</p> <p>Pamela López: “El tema del modelaje es difícil, no solo porque es un país en el que hasta ahora se está abriendo el</p>
--	--	--	---

			tema de las chicas PlusSize y como que le están dando más cabida al tema, pero también porque debes cumplir con una imagen. Suena cruel pero así es. Porque vives de tu imagen. Entonces debes cuidarte, debes tener una piel sana, debes tener un pelo sano, debes tener unas piernas sanas. ¿Sí me entiendes? Entonces muchas chicas se dedican al gimnasio”.
5	Cuidado corporal de las modelos de talla grande	Secuencia de acción de Ana María Paternina, una de las modelos, en un spa. Clip:	Sonido ambiente del spa.
6	Apología a la gordura, lo que significa ser gorda.	Plano medio entrevista Ana Angulo. Clip: Plano medio entrevista Pamela L. Clip: Plano medio entrevista Ana A. Clip:	Ana Angulo: “Obvio yo entiendo que el tema de la obesidad es un tema de salud, al que le damos muchísima importancia, no somos la apología de la obesidad. Pero en Colombia ser una mujer gorda es estar fuera de todo”. Pamela López: Tenemos como un estereotipo. Muchas personas lo tienen. Y la belleza no tiene tallas. Es que no importa si eres flaca, gorda, bajita, alta, peli lisa, pelinegra, no importa. Pero en Colombia sí hay un estigma hacia las mujeres gordas. Nos ofendemos. Creen que todavía

		<p>Plano medio entrevista Sonia. Clip:</p> <p>Planos generales de la tienda BBW. Clip:</p> <p>Planos detalle de ropa de BBW. Clip:</p>	<p>la palabra gorda nos ofende. Como si decirle a alguien flaco ofendiera también.</p> <p>Ana Angulo: “Nosotras mismas nos llamamos gordas o lo vemos como lo peor del mundo. Yo creo que, si a uno le dicen ladrón, pues no le importa. Pero si a uno le dicen que estás gorda es lo peor. O sea, satanizaron tanto esa palabra que las personas, sean mujeres o sean hombres se asustan”.</p> <p>Sonia: “la gente está muy contenta porque se siente identificada porque evidentemente no todas las personas son de 175 y talla 6. Lo digo yo que soy de 175 y talla 6 pues no soy el regular de una fila de un autobús de ocho o diez mujeres de mi estatura o de mi talla. La gente se siente identificada con las chicas de tallas grandes porque es más lo que tú ves todos los días cuando estás en la calle. Se sienten como "hay algo para mí".”</p>
7	Discurso del modelaje	<p>Plano medio de entrevista Ana P. Clip:</p>	<p>Ana Paternina: “yo pienso que cuando una mujer talla grande ve a otra mujer talla grande, no sé, como sobresaliendo en eso, lo hace sentir a uno bien. Si ella puede, yo puedo. Así de sencillo”.</p>

		<p>Plano medio entrevista Ana A. Clip:</p> <p>Plano medio entrevista Angie Díaz. Clip:</p> <p>Secuencia de acción de evento Gordisbellas. Clip:</p> <p>Secuencia de acción de pasarela de la PSFW2. Clip:</p>	<p>Ana Angulo: “El modelaje de tallas grandes influye mucho en las mujeres en general porque eso les da un protagonismo. Dice “por fin pensaron en nosotras, por fin pensaron en las gorditas en las rellenitas, en las que estamos fuera de la línea que nos imponen”. Entonces les da seguridad, se empoderan de ellas mismas y se sienten de moda. Claro que no quiero que pasen un año dos años y digan “ay ya pasaron de moda” ahora la moda es no sé algo loco que se ocurra. Pero quiero es que eso sea continuo y que sea como un canal para que ellas logren cosas”.</p> <p>Angie: Nosotros no somos una moda, como dicen ellos “que nosotros estamos de moda, las mujeres con sobrepeso y las plus size están de moda”. No, nosotras estamos aquí hace muchos años, antes de mí hubieron miles de mujeres que también quisieron luchar por eso, miles de mujeres que se sintieron inconformes a la hora de vestir, miles de mujeres que se sintieron inconformes por la manera en cómo eran tratadas por su cuerpo y qué se hizo... Nada.</p>
8	Amor propio y autoestima	Plano medio de entrevista	Ana Angulo: Yo quiero “mujeres de talla grande con curvas están siendo modelos”.

		<p>de Ana Angulo. Clip:</p> <p>Plano medio entrevista Sonia. Clip:</p> <p>Plano general de la sesión de fotos de Ana Paternina. Clip:</p>	<p>Nosotros nos encargamos de preparar y eso es un reto muy grande, pues porque no queremos ser como el chiste. Siempre hay chistes de gordos, “ay que tan gordos que no sé qué” Queremos romper con eso y decir “esas mujeres que está ahí son expertas modelando, respetan la profesión del modelaje (porque eso es una profesión) y respetan las prendas que tienen de los diseñadores para promover esas marcas.</p> <p>Sonia: “Lo más especial para nosotros es el coaching personalizado y coaching grupal. Entonces ellas pueden escoger, después de hacer el coaching grupal, pueden personalizar porque es muy importante el autoestima. El autoestima es digamos el *** para que ellas puedan desarrollarse mucho mejor frente a cualquier público. Cuando tu autoestima está bien pues es muy fácil enfrentar cualquier público. Pues t´ya has superado cualquier cosa, te quieres como eres entonces frente a cualquier medio vas a estar preparada y no vas a tener como estas cositas que nos molestan a muchos en cuanto al tema de la corporalidad.”</p>
--	--	---	--

<p>9</p>	<p>Tallas y modelaje</p>	<p>Plano medio entrevista Liliana Navia. Clip:</p> <p>Plano medio entrevista Sonia. Clip:</p> <p>Plano medio entrevista Ana Paternina. Clip:</p> <p>Plano medio entrevista Pamela L. Clip:</p>	<p>Liliana Navia: “la ropa que hacemos como diseñadores para poner en una pasarela, desafortunadamente no la vendemos y no la vendemos por qué, porque las tallas que se hacen para una modelo, que usualmente son talla 6 de grosor, pero como 14 de largo... no le quedan buenas a ninguna clienta a casi ninguna clienta. Es la razón por la que no se vende”.</p> <p>Sonia: “son muchas barreras las que hay que empezar a romper. De hecho, el estigma que se carga por la talla es muy fuerte entonces, partamos de ahí, de entender que no todas pueden ser iguales y no todas pueden querer ser fit, de hecho, es lo que hay que aceptar”.</p> <p>Ana Paternina: “La moda el declineO sea, si tú vas a cualquier tienda te das cuenta que está la xs, la s, la m, y la l. En lagunas una XL. Pero esa XL termina convirtiéndose como una L. Es muy difícil. Aquí en verdad conseguir una XL, XXL, XXXL, XXXXL es muy complicado. Tal vez sí se pueden adquirir pero son muy costosas. Ese es la otra cosa. Entonces como somos gordas vendamos ropa porque hay gordas por doquier. Pero vendámosla cara porque como</p>
----------	--------------------------	--	--

		<p>Plano medio entrevista Angie Díaz. Clip:</p> <p>Plano medio entrevista Sonia. Clip:</p> <p>Plano medio entrevista Angie. Clip:</p> <p>Plano general de las modelos en WWB. Clip:</p> <p>Imágenes de apoyo de la preparación de las modelos para la PFSW 2.</p>	<p>es la necesidad pues ellas van a pagar por eso”.</p> <p>Pamela López: estamos acostumbradas a o no encuentras tu talla, porque no la encuentras o sea si eres XL no vas a poder ir a un centro comercial con libertad y entrar a cualquier local porque sabes que no te va a quedar, porque la XL no está hecha para ti sino para una mujer más delgada. Y si te la ofrecen no te ofrecen diseño. Entonces también se acostumbran las mujeres a vestirse aburrido. Y por qué te tienes que vestir aburrido si tienes kilitos de más. Eso no debe pasar. ... Yo no me siento con la libertad de salir a la calle, entrar a un centro comercial y entrar a cualquier lugar y decirles: “mi talla es XL” porque sé que no me va a quedar.</p> <p>Angie Díaz: “claro la que llegó con talla 10, se dio cuenta de que definitivamente la talla 10 no era la suya ya, sino es una talla 12 y una talla 12 imagínese la secuela emocional que empieza a verse y a sentir esa mujer cuando se ve al espejo en el almacén diciendo ‘me estoy metiendo en un talla 12, pero por dios. Soy una marrana, estoy gorda, no voy a comer, no</p>
--	--	---	---

			<p>voy a hacer esto, me va a tocar matarme en el gimnasio”.</p> <p>Sonia: Más o menos en Colombia el 35% de las personas son de tallas grandes. Es un número grande que siempre ha estado, pero ha sido descuidado. Entonces es una oportunidad de mercado muy grande”.</p> <p>Angie Díaz: “Colombiamoda no está preparada todavía para ingresar modelos de tallas grandes a nivel textil. O sea, estoy hablando de modas de vestidos, de jeans... Todavía no está preparada ni siquiera psicológicamente para sacar en una pasarela unas siete mujeres desfilando tallas grandes. Porque considero que todavía esas ataduras mentales sobre el físico están muy arraigadas”.</p>
10	Conclusiones finales	<p>Plano medio de entrevista Pamela L. Clip:</p> <p>Plano medio entrevista Ana A. Clip:</p>	<p>Pamela López: “De modelos profesionales sí podemos hablar, pero no de inclusión de esas modelos en algunas pasarelas o en algunas marcas de ropa que a veces esperas que tengan tu talla.”</p> <p>Ana Angulo: “no queremos figurar solamente en el tema del modelaje, sino que todas las mujeres de tallas grandes se sientan tranquilas y seguras con su cuerpo en cualquier rol</p>

		<p>Plano medio entrevista Angie. Clip:</p> <p>Tomas de pasarela de la PSFW 2. Clip:</p>	<p>que representen en la sociedad como madres, esposas, amigas, amantes, novias”.</p> <p>Angie Díaz: “Nosotros no somos una moda, como dicen ellos “que nosotros estamos de moda, las mujeres con sobrepeso y las plus size están de moda”. No, nosotras estamos aquí hace muchos años, antes de mí hubieron miles de mujeres que también quisieron luchar por eso, miles de mujeres que se sintieron inconformes a la hora de vestir, miles de mujeres que se sintieron inconformes por la manera en cómo eran tratadas por su cuerpo y qué se hizo... Nada”.</p>
11	Conclusiones finales	<p>Plano medio de entrevista de Ana Paternina. Clip:</p>	<p>Ana Paternina: “Ser una modelo de talla grande en Colombia no es fácil”</p>
12	Cierre	<p>Tomas de pasarela de vestido de baño de la PSFW 2. Clip:</p>	<p>Canción de pasarela.</p>

7. Guion de edición

Sec.	Línea narrativa	Imagen	Audio	Tiempo
1	Intro	Negro. Plano general modelos en ropa interior. PG y Traveling out modelo en pasarela. Primer plano cuerpo de las modelos. Fade in Texto “Un documental de Daniela Amórtegui y Andrea Torres”. Fade In: Título “GORDA” PG: Modelos en ropa interior Negro.	Música Slip and Slide.	00:00 – 00:44
2	Introducción al personaje y al tema	Plano medio corto: Ana Paternina	Música Slip and Slice Ana Paternina: “Yo siento que yo soy feliz así gorda. Y me di cuenta que yo no tengo por qué hacer lo que los otros digan. Que porque ellos me quieren ver flaca. Es mi felicidad, no la de ellos.”.	00:45 – 00:57
		PG: Paternina modelando	Ambiente de la pasarela.	00:58 – 01:09
		PMC: Paternina	Paternina: “yo me sentía mal cada vez que ellos me decían que yo podría ser una mujer más bonita o una reina de belleza si	01:10 – 01:38

			<p>yo me lo proponía porque tenía una cara de reina. Y yo me lo creí. Yo me creí eso. Yo dije, "oiga sí yo soy fea. Ellos me están viendo fea entonces yo soy fea".</p>	
		<p>PG: Ana Angulo modelando</p>	<p>Ambiente de la pasarela.</p>	<p>01:39 – 01:45</p>
		<p>PMC: Angulo</p>	<p>Angulo: “Cuando yo empecé a aceptar que era gordita, porque yo no aceptaba eso, yo toda la vida no fui gordita. Entonces me empecé a decir "óyeme pero si yo veo que no simplemente soy un cuerpo, soy toda una mujer, tengo talentos y habilidades en mi trabajo y en diferentes cosas de mi vida personal y la gente me quiere como yo soy. Yo soy la que no me quiero como yo soy y quiero aparentarle a ellos que voy a hacer algo para bajar de peso o para mejorar mi vida. No, o sea yo me siento bien.”.</p>	<p>01:46 – 02:15</p>
		<p>PG: Angulo modelando PMG: Angulo</p>	<p>Angulo: “La moda es una forma de expresarse ... ellas</p>	<p>02:16 – 02:31</p>

		<p>mismas a través de la moda”.</p>	
	<p>PP: labial. PP: Labial en labios de Paternina. PMC: Maquillaje en Paternina – cara PMC: Maquillaje en Paternina – pecho PPP: Brocha pecho Paternina PMC: Maquillaje cara Paternina.</p>	<p>Paternina: “Bueno, decidí ser modelo primero porque quería darle una lección a todas aquellas personas que durante toda mi vida se han dedicado a hacerme matoneo por tener unos kilos de más.”.</p>	<p>02:32 - 02:52</p>
	<p>PM: Paternina y cámara grabando</p>	<p>“Yo siempre doy la talla. 40 D de autoconfianza y seguridad. 103 centímetros de autenticidad y entrega. Mis caderas son pequeñas pero son pura sabrosura”</p>	<p>02:53 – 03:05</p>
	<p>PMC: Angulo</p>	<p>Angulo: “mujeres de tallas grandes hay muchas pero no hay modelos, y me refiero al hecho de que el modelaje es una profesión, entonces no todas podemos ser modelos. No queremos ser como el chiste. Siempre hay chistes de gordos, "ay que tan gordos que no sé qué". Queremos romper con eso y decir</p>	<p>03:06 – 03:43</p>
	<p>PM y Traveling out: Angulo modelando en vestido de baño. PMC: Angulo</p>		

			<p>"esas mujeres que está ahí son expertas modelando, respetan la profesión del modelaje (porque eso es una profesión) y respetan las prendas que tienen de los diseñadores para promover esas marcas.</p>	
		<p>PG y Traveling out: Pamela López modelando</p> <p>PMC: López</p> <p>PG: Pasarela López</p>	<p>Ambiente pasarela</p> <p>López: “El tema del modelaje es difícil, no solo porque es un país en el que hasta ahora se está abriendo el tema de las chicas PlusSize y como que le están dando más cabida al tema, pero también porque debes cumplir con una imagen. Suena cruel pero así es. Porque vives de tu imagen.”</p>	<p>03:44 – 04:05</p>
		<p>PG y Traveling out: Pasarela Paternina</p> <p>PG y Traveling out: Pasarela Angulo</p> <p>PG y Traveling out: Pasarela López</p> <p>PMC: Sonia Vanegas</p>	<p>Música: We got the love- The Moose</p> <p>Vanegas: “Yo vengo de la escuela de mujeres de tallas delgadas. Yo llevo siendo modelo</p>	<p>04:06 – 04:26</p> <p>04:27 – 04:46</p>

			20 años y llevo formando modelos 15, entonces siempre estado encasillada en que esa era la manera. Cuando entré a este proyecto tuve que abrir mi mente y empezar a transmitir todo lo que yo sabía en las mujeres de tallas grandes”.	
3	Desarrollo de la historia: Ser gorda	PG: Modelos en ropa interior PMC: Angulo Till up modelo posando PMC: López PG: Ejercicio en el PSFW 3 personas	Ambiente de pasarela. Angulo: “las modelos tallas grandes a nivel global tú ves en las redes sociales promoviendo la salud, el ejercicio. Tienes que cuidarte, cuidar tu figura, cuidar tu rostro. Igual que una modelo normal, en este caso aceptando tu cuerpo como lo tienes pero teniendo esos cuidados y los hábitos de vida saludable que recomienda digamos cualquier especialista.” López: “debes cuidarte, debes tener una piel sana, debes tener un pelo sano, debes tener unas piernas sanas. ¿Sí me entiendes? Entonces	04:47 – 05:00 05:01 – 05:52

		<p>PG: Ejercicio en el PSFW 2 personas</p> <p>PMC: López</p>	<p>muchas chicas se dedican al gimnasio. No es que se dedique 7 días, 24 horas. No. Pero van tres o cuatro días al gimnasio. Cuidan su alimentación. Cuidan su pelo, cuidan su rostro. Y sí. Si bien estamos hablando de vanidad y belleza, es su trabajo y lo demanda.”</p>	
		<p>Till up, modelo de vestido rojo</p> <p>PMC: Angulo</p>	<p>Angulo: “Llega un punto que hasta yo misma lo sigo, yo a veces me miro al espejo y por más que me sienta empoderada digo "estoy gorda, tengo celulitis, tengo estrías, tengo flacidez en la piel””.</p>	05:53 – 06:03
		<p>PG: Paternina con flores en la cabeza</p> <p>PMC: Paternina</p>	<p>Paternina: “Y hubo un momento en que yo hice dietas o también no comía, o me mataba en el gimnasio o hacía masajes o esas pastillas que en verdad no las recomiendo y me hicieron mucho daño. Sí bajé de peso pero me hicieron mucho daño. No fue la mejor solución. Bajé de peso</p>	06:04 – 06:42

		<p>PG: Paternina en la ducha. Till down. PG: Paternina sale de la ducha. PG: Paternina en el sauna PG: Paternina, en el sauna, acostada PM: Paternina agua</p> <p>PMC: Vanegas</p>	<p>y yo dije "bueno, me voy a sentir bien conmigo misma porque ya tengo unos kilos de más". Y mira que no".</p> <p>Ambiente spa.</p>	<p>06:43 – 07:15</p>
		<p>Imágenes de archivo del PSFW PMC: López</p>	<p>Vanegas: “el estigma que se carga por la talla es muy fuerte entonces, partamos de ahí, de entender que no todas pueden ser iguales y no todas pueden querer ser fit, de hecho, es lo que hay que aceptar. Que la gente se quiere tal como es y no tiene por qué estar haciendo un prototipo de personas que se vende todo el tiempo”</p> <p>López: “. Tenemos como un estereotipo. Muchas personas lo tienen. Y la belleza no tiene tallas. Es que no importa si eres flaca, gorda, bajita, alta, peli lisa, pelinegra, no</p>	<p>07:16 – 07:33</p> <p>07:34 – 07:58</p>

			<p>importa. Pero en Colombia sí hay un estigma hacia las mujeres gordas. Nos ofendemos. Creen que todavía la palabra gorda nos ofende. Como si decirle a alguien flaco ofendiera también”.</p>	
		<p>PM: Cuerpo de modelo en lencería</p> <p>PMC: Angulo.</p>	<p>Angulo: “Yo creo que si a uno le dicen ladrón, pues no le importa. Pero si a uno le dicen que estás gorda es lo peor. O sea satanizaron tanto esa palabra que las personas, sean mujeres o sean hombres se asustan. Obvio yo entiendo que el tema de la obesidad es un tema de salud, al que le damos muchísima importancia, no somos la apología de la obesidad. Pero en Colombia ser una mujer gorda es estar fuera de todo.”</p>	<p>07:59 – 08:23</p>
		<p>PA: Paternina y amigas en grabación comercial</p> <p>PG: Paternina y amigas con cámara</p> <p>PM Till Up: Paternina bailando</p>	<p>Ambiente</p>	<p>08:24 – 08:45</p>

		<p>PM: Fotógrafo. PG: mujer gorda fotos PG: mujer gorda fotos PG: mujer gorda fotos PG: mujer gorda fotos</p>	<p>protagonismo. Dice "por fin pensaron en nosotras, por fin pensaron en las gorditas en las rellenitas, en las que estamos fuera de la línea que nos imponen". Entonces les da seguridad, se empoderan de ellas mismas y se sienten de moda. Claro que no quiero que pasen un año dos años y digan "ay ya pasaron de moda" ahora la moda es no sé algo loco que se ocurra. Pero quiero es que eso sea continuo y que sea como un canal para que ellas logren cosas."</p>	
		<p>Imágenes archivo PSFW</p>	<p>Entra música We got the love- The Moose</p>	<p>10:05 - 10:16</p>
		<p>PMC: Vanegas</p>	<p>Vanegas: "que la gente está muy contenta porque se siente identificada porque evidentemente no todas las personas son de 175 y talla 6. Lo digo yo que soy de 175 y talla 6 pues no soy el regular de una fila de un autobus de ocho o diez mujeres de mi</p>	<p>10:17 – 10:46</p>

			<p>estatura o de mi talla. La gente se siente identificada con las chicas de tallas grandes porque es más lo que tú ves todos los días cuando estas en la calle. Se sienten como "hay algo para mí".</p>	
4	Ser modelo gorda	<p>PG: Pasarela mujeres vestidas con ropa casual.</p> <p>PMC: Paternina</p> <p>PG y Zoom Out: Modelo en tienda junto a XXL PG: Asistente peinando a modelo</p> <p>PMC: Paternina.</p> <p>PP: Maquillaje a modelo</p>	<p>Ambiente</p> <p>Paternina: “el modelaje - lo que yo te digo- no es solamente una pasarela, una sesión de fotos y sonría y págueme y chao. No. El modelaje es ser uno persona también. Porque la persona que esté pensando simplemente en hacer unas fotos y tener algo de dinero y ya, o sea, ya hice mi trabajo, está mal”.</p> <p>Paternina: “siempre me pongo en los zapatos de los demás. E intento hacer lo posible para que esas personas sean felices. Porque sé que son personas que tienen algunos problemas en</p>	<p>10:47 – 11:01</p> <p>11:02 – 11:27</p> <p>11:28 – 12:05</p>

		<p>PP: Cenital maquillaje</p> <p>PP: Labial modelo</p> <p>PP y Till Up: modelo invitada.</p> <p>PG: Fotógrafo y modelo invitada</p> <p>PMC: Vanegas</p>	<p>su vida, sufren de matoneo. Entonces yo la hago parte de mi vida y le ayudo a que salga adelante con esos miedos y todos esos problemas que se le cruzan por su cabeza. ”</p> <p>Ambiente</p> <p>Vanegas: “El autoestima es digamos...para que ellas puedan desarrollarse mucho mejor frente a cualquier público. Cuando tu autoestima está bien pues es muy fácil enfrentar cualquier público. Pues ya has superado cualquier cosa, te quieres como eres entonces frente a cualquier medio vas a estar preparada y no vas a tener como estas cositas que nos molestan a muchos en cuanto al tema de la corporalidad”.</p>	<p>12:06 – 12:30</p>
5	Ropa	Imágenes de archivo PSFW	Música Night Surround – Ajey Satori	12:31 – 12-42

		PMC: López	López: “digo personalmente, yo no me siento con la libertad de salir a la calle, entrar a un centro comercial y entrar a cualquier lugar y decirles: "mi talla es XL" porque sé que no me va a quedar. Es que lo sé.”	12:43 – 12:55
		PG y Dolly in: Maniqués Colombiamoda Till down, poster de fajas. PMC: Paternina PP: Ropa PP: Ropa interior.	Paternina: “Aquí en verdad conseguir una XL, XXL, XXXL, XXXXL es muy complicado. Tal vez sí se pueden adquirir pero son muy costosas. Entonces como somos gordas vendamos ropa porque hay gordas por doquier. Pero vendámosla cara porque como es la necesidad pues ellas van a pagar por eso. Y pues, qué pena pero así no funciona”.	12:56 – 13:27
		PMC: Vanegas	Vanegas: “si esas tiendas que siempre han sido regulares abren un espacio para el mercado de las tallas grandes significa que van a tener mucho más público para vender porque le están	13:28 – 13:53

		<p>abriendo la oportunidad a un mercado que es sumamente amplio. Más o menos en Colombia el 35% de las personas son de tallas grandes. Es un número grande que siempre ha estado pero ha sido descuidado.”</p> <p>Ambiente</p> <p>López: “. Entonces estamos acostumbradas a o no encuentras tu talla, porque no la encuentras o sea si eres no vas a poder ir a un centro comercial con libertad y entrar a cualquier local porque sabes que no te va a quedar, porque la XL no está hecha para ti sino para una mujer más delgada. Y si te la ofrecen no te ofrecen diseño. Entonces también se acostumbran las mujeres a vestirse</p>	<p>13:54 – 14:37</p>
	<p>PA: Modelos en la calle de la tienda. Zoom in. PG y corto Till Down: Modelos en vitrina. PM: Modelo que da una vuelta.</p> <p>PMC: López</p> <p>PP -Zoom Out- PG: perchero</p> <p>PMC: López</p> <p>Dolly a izquierda: jeans y objetos.</p>		

		<p>PM – Till down: Vestido negro en maniquí. PMC: López</p> <p>PG: Modelo en lencería azul PG: Modelos en pasarela Zoom out, zoom in.</p>	<p>aburrido. Y por qué te tienes que vestir aburrido si tienes kilitos de más. Eso no debe pasar”.</p> <p>Ambiente</p>	<p>14:38 – 14:55</p>
6	Conclusiones	<p>PMC: Paternina</p> <p>PMC: López</p> <p>PMC: Angulo</p>	<p>Paternina: “Ser una modelo de talla grande en Colombia no es fácil”.</p> <p>López: “que todavía en Colombia no podemos hablar de una industria para mujeres PlusSize. Tampoco podemos hablar. De modelos profesionales sí podemos hablar, pero no de inclusión de esas modelos en algunas pasarelas o en algunas marcas de ropa que a veces esperas que tengan tu talla. Entonces el camino que nos queda por recorrer es mucho aún.”</p> <p>Angulo: “la idea no es decir "las gorditas están desfilando, qué bonitas son". Yo quiero "mujeres de</p>	<p>14:56 – 16:07</p>

		<p>PMC: López</p>	<p>talla grande con curvas están siendo modelos".</p> <p>López: “hay que hacerle un llamado a la industria a que, en todo el mundo nos estamos abriendo pues acá en Colombia también deben empezar a abrirse sin hacerle una apología a la gordura que es lo que menos queremos hacer. Es que no le estamos diciendo a todo el mundo “vuélvete gordo para que confeccionen ropa para nosotras”. Eso no va a pasar”.</p>	
		<p>PMC: Paternina</p>	<p>Paternina: “Que soy talla XL o XXL eso no quiere decir nada. Es un número que pusieron, no sé quién. Pero es un número que supuestamente me define pero eso a mí no me define. Yo me siento bella conmigo misma”.</p>	
		<p>PMC: López</p>	<p>López: “Creo que hay que celebrar porque ya nos están escuchando”</p>	

7	Cierre	Montaje de modelos en vestido de baño en pasarela.	Música: Slip and Slide	16:08 – 16:52
		PMC: Paternina	Paternina: “¿En qué talla está la belleza? No, yo siento que la belleza no tiene tallas.”	16:53 – 17:13
		PMC: López	López: “En ninguna. La belleza no tiene talla. Y suena muy cliché pero es que es real. No tiene talla.”	
		PMC: Vanegas	Vanegas: “La belleza yo creo que está en todas las tallas. No hay una talla específica”	
		PMC: Angulo	Angulo: “¿En qué talla? En todas”	
		Negro. Título. Créditos		17:18 – 17:37

8. Transcripciones de entrevistas

8.1 Ana María Paternina

Entrevistadora: ¿Por qué decidiste ser modelo?

Bueno, decidí ser modelo primero porque quería darle una lección a todas aquellas personas que durante toda mi vida se han dedicado a hacerme matoneo por tener unos kilos de más. Inicialmente esa fue una de mis razones para yo empezar en esto pero cuando empecé ya a hacer fotografía, a estar en los medios, me di cuenta que yo estaba lista para hacer algo nuevo y esto era algo nuevo para mí. ¿Sí? Yo seguí con esto porque ya estaba empezando a ser un pilar, un ejemplo para muchas mujeres que son como yo, que son talla grande. Entonces yo dije "qué bonito empezar una carrera de modelaje e influenciadora de moda pero también en donde yo pueda adicionar algo social, algo como persona. Que es como lo importante cuando uno tiene una empresa y una carrera, que podamos también incluir a las personas y a la comunidad y ayudarlas. Entonces yo me puse a pensar y dije "me quiero poner en los zapatos de estas mujeres" y también de los hombres que tienen sobre peso y dije "no, yo quiero empezar a ayudarlos. Quiero empezar a que ellos tengan su autoestima alta, que me vean como un referente y digan: si Ana puede, yo puedo también. [00:02:27] Y pues la verdad, en este momento me siento una mujer plena, feliz porque sé que en tan poco tiempo he logrado cosas que tal vez se pueden lograr con muchos años. Pero por lo mismo, porque yo lo he logrado en corto tiempo porque yo siempre me pongo en los zapatos de los demás. E intento hacer lo posible para que esas personas sean felices. Porque sé que son personas que tienen algunos problemas en su vida, sufren de matoneo, entonces yo digo "Por Dios, esa persona puede ser yo, puede ser cualquier persona importante en mi vida". Entonces yo la hago parte de mi vida y le ayudo a que salga adelante con esos miedos y todos esos problemas que se le cruzan por su cabeza.

E: ¿Tuviste problemas de matoneo?

Yo he sido gordita desde muy chiquita. Cuando yo nací era muy delgada pero digamos que por problemas de salud me empezaron a dar medicamentos que empezaron a engordarme. Empecé a engordarme más y más y más y ya mi familia comenzaron unos comentarios un poco fuera de lugar. Y yo era una niña. Digamos que en ese entonces todo me influenciaba y más comentarios por parte de mi familia que son parte de mí entonces tiene más influencia en lo que dicen. Y yo me sentía mal cada vez que ellos me decían que yo podría ser una mujer más bonita o una reina de belleza si yo me lo proponía porque tenía una cara de reina. Y yo me lo creí. Yo me creí eso. Yo dije, "oiga sí yo soy fea. Ellos me están viendo fea entonces yo soy fea" Y hubo un momento en que yo hice dietas o también no comía, o me mataba en el gimnasio o hacía masajes o esas pastillas que en verdad no las recomiendo y me hicieron mucho daño. Sí bajé de peso pero me hicieron mucho daño. No fue la mejor solución. Bajé de peso y yo dije "bueno, me voy a sentir bien conmigo misma porque ya tengo unos kilos de más". Y mira que no. No. Yo siento que yo soy feliz así gorda. Y me di cuenta que yo no tengo por qué hacer lo que los otros digan. Que porque ellos me quieren ver flaca. Es mi felicidad, no la de ellos. Entonces ese día yo decidí que yo tenía que empoderarme de mí misma y quitarme esos miedos, esos complejos, esa desconfianza en mí y porque tenía mi autoestima muy baja debido a los comentarios, no solo por parte de mi familia, sino también amigos y personas que estaban al rededor mío. Entonces fue un momento fue un momento muy difícil en mi vida porque yo me sentía sola a pesar de que tenía a mi familia. Mis amigos, tenía muy pocos amigos por lo mismo, porque sufría el matoneo por parte de mis compañeros. Y con el tiempo logré superar muchas cosas. Porque yo creo que mi mejor compañía fue Dios y la virgen. Yo, como estar tan unidos a ellos, ellos me llenaron de amor y de tranquilidad, primero en mi corazón, para darme fuerza; para darme la fuerza que necesitaba para salir adelante y amarme como soy. Yo subí algunos de esos kilos que me bajé y no me volví a subir más. Porque yo dije, no, yo así me siento bien. Y yo sé, yo soy consciente de que yo no puedo subirme más de peso porque todos los extremos son malos. Entonces yo me siento bien así, estoy bien así. Me hago exámenes y estoy perfectamente pero no me gustaría subir más de peso porque así estoy bien. Tampoco quiero bajar de peso. No es mi sueño. No es mi sueño. Quiero estar así. He estado así durante unos cinco años. Yo bajé de peso hace

como unos siete años. [00:08:24] En estos cinco años yo me he mantenido porque, por lo mismo, porque cuido mi cuerpo, porque intento comer lo que es debido, o hacer deporte porque soy una gordita muy activa. No quiero hacer apología a la obesidad. Como te digo, todos los extremos son malos. Tanto como la persona que está muy delgada y la persona que ya tiene obesidad mórbida. Entonces así como estoy bien. Me siento sexy, sensual, hermosa. Una persona que en verdad tiene el amor de muchas personas. Y eso es empoderarse uno mismo. Cuando uno se da cuenta de que su autoestima cambió, de que su confianza es alta, de que tienes más personas a tu alrededor porque cuando tú eres una persona que socializa y hace nuevos amigos, eso te pone feliz. Y la felicidad es uno de los factores para que tú crezcas como persona y te quieras a ti misma. Entonces pues eso.

E: ¿Tú crees que es difícil en nuestra sociedad ser una mujer gorda?

Uy, sí. Y más en Colombia. Existen los fetiches, como raro, por parte de los hombres. También existen las personas que odian a las personas gordas, gordofobia. Nuestra cultura colombiana es bastante cerrada, entonces una mujer gorda es una mujer enferma que se va a morir, que va a tener enfermedades cardiovasculares. Pero así mismo yo conozco personas que son muy delgadas y tienen las mismas enfermedades. Entonces yo pienso que no es de enfermedades, o que me voy a morir. No. Es depende si tú te cuidas o no te cuidas. Tú eres consciente de que eres una persona con sobre peso y ya tú decides si vas a querer tu cuerpo toda la vida, siendo gorda o flaca o como sea.

Me han pasado muchas cosas siendo gordita. Lo que yo te decía del fetiche. Entonces es muy difícil en el sentido de poder salir como con alguien porque muchas veces lo miran a uno como si fuera un experimento. "Experimentemos con la gordita porque es algo nuevo para mí". O "No pues las gorditas, mejor dicho, son mi fantasía". Eso es muy feo. Eso a mí me parece muy feo. Las personas no deberían vernos de esa manera. Deberían vernos como unas personas normales y no porque entonces somos gordas entonces somos algo diferente y como somos algo diferente entonces tenemos que experimentar eso diferente.

Hay muchas personas que hacen matoneo por ser uno de talla grande. Ellos no son conscientes del dolor que puede causar a una persona cuando hacen algún comentario que tal vez ellos. Está la persona, el *buller*, que lo hace para agredir, y lo hace de aposta. Y lo hace la otra persona que convive con nosotros y vive con nosotros pero hace comentarios que tal vez no lo hace por herirte pero de una forma sí lo hace. Entonces está como "ay, pero sí se toma la sopita", "está tomando como mucho", "Ay, recuerde que le va a dar un paro", son como los comentarios por decirlo así, "cariñosos" pero son los peores. Está también el *buller*, en el colegio, en la universidad, que "eres una marrana", "eres una obesa", "ese un chancho" u otro tipo de comentarios. Es muy difícil ser una persona gorda en Colombia es muy difícil. [00:13:17] Porque si tú no eres una persona segura de verdad que tu mente y su corazón se vuelven un ocho porque llegas al grado de que te afecta muchísimo. Entonces deben existir más personas, tanto flacas como gordas, que alimenten su confianza y su autoestima para que el momento en que ese *buller* e acerque diga "uy no, esa niña con esa autoestima no se va a dejar, para qué le voy a hacermatoneo".

E: Referente a las tallas, ¿En Colombia todavía hay muchas dificultades para conseguir ropa?

Total, no solo las tallas. La moda el declineO sea, si tú vas a cualquier tienda te das cuenta que está la xs, la s, la m, y la l. En lagunas una XL. Pero esa XL termina convirtiéndose como una L. Es muy difícil. Aquí en verdad conseguir una XL, XXL, XXXL, XXXXL es muy complicado. Tal vez sí se pueden adquirir pero son muy costosas. Ese es la otra cosa. Entonces como somos gordas vendamos ropa porque hay gordas por doquier. Pero vendámosla cara porque como es la necesidad pues ellas van a pagar por eso. Y pues, qué pena pero así no funciona. Por eso es que ahorita a las marcas no les está yendo bien. Hay algunas marcas que no han podido tener las suficientes ventas porque piensan así. Son gordas, hay necesidad y pues pagan por eso. Y no. Pues está la mujer que se viste muy normal pero que no tiene el poder adquisitivo y entonces eso no funciona. Uno tiene que pensar en todos: la persona que puede pagarlo, la persona que no tiene las comodidades, la persona que

quiere moda, la persona que no quiere moda. No solamente gorda, en general. Entonces es complicado. La ropa es cara. Yo me doy mis lujos. Te soy sincera. Me gusta vestirme a la moda porque eso hace parte de mi autoestima de vestirme bien y verme bien. pero yo no sería capaz de comprarme una prenda que en verdad es muy costosa porque, digamos, que si te pones a comprar una prenda para mujeres delgadas y una para una mujer talla grande, siendo la misma prenda, es mucho más barata la de la delgada y mucho más cara la de la... Qué es eso.

E: ¿Hacen la ropa para las niñas delgadas como más bonita?

Sí, eso. La moda. Ellos no ven lo de los diseños. Ellos no se están arriesgado. O simplemente están maquilando en otros países. O están importando de otros países. Y qué pasa con la moda de talla grande en Colombia. He visto varias marcas que son de acá y qué pena por lo que voy a decir pero no, no me la pongo ni porque me la regales. No hay moda. Son unas blusas largas, que no. Cómo te está acentuando eso tu silueta. Te está poniendo como una mujer cuadrada. La idea es acentuar la belleza, las curvas gruesas y no "ay, esa niña se ve como cuadrada con esa blusa". Eso es lo que yo te digo, el vestirse hace parte de una autoestima. El acicalarse. Y yo siento que los diseñadores no están colaborando con eso. No se están arriesgando y yo pienso que no están aprovechando esa oportunidad. Porque, hay gordas. Yo hice una investigación de mercado y hay más gordas mujeres que flacas, mujeres en Colombia. Pero no lo aprovechan. Quién sabe por qué. Y por eso mismo es que en este momento no venden. Entonces qué hacen. Es conseguir a un modisto o a alguien que les haga ropa por un muy bajo costo. Entonces yo pienso que sí deberían arriesgarse a hacer moda, pero que no sea costosa. Y bonita. Claro. Bonita. ¿Qué mujer no quiere vestir bonita? Todas

Una mujer gorda modelando, no es a lo que la gente está acostumbrada. Cuando uno hace modelaje lo primero en lo que piensa es en los complejos. Entonces "ay, se me ve el gordito", o es que no tengo una cola grande, o es que no tengo buen busto. Entonces cuando uno sale en las fotos eso es lo primero que a las mujeres, creo que a todos, se les pasa por la cabeza. Y como te decía, eso es no confiar en uno mismo. Si

tú confías en ti misma, y sabes lo que tienes, que tu cuerpo vale. Que así tengas una cola chiquita o grande, si tienes pechos chiquitos o grandes, eres una mujer que vale demasiado. que tu valía está así y no así. Ese momento en que tú haces unas fotos o estás en un comercial de televisión o en una entrevista, créeme que esos miedos no van a aparecer. Si tú eres consciente de lo que eres, de lo que tienes, si agradeces de lo que en este momento tienes en tu cuerpo, esos miedos no van a salir cuando tú estás al frente de una cámara. Que es lo que pasa con algunas niñas. Algunas niñas "ay, sí, yo soy modelo de tallas grandes, pero se para al frente de una cámara y lo mismo, no hacen contacto visual, no mantienen la mirada, la postura, el lenguaje verbal, ¿sí? Entonces se ponen muy nerviosas, o simplemente hablan de cosas que no tienen sentido o cuando caminan no caminan bien. O cuando también hacen pasarela no miran como su foco entonces todo va enfocado en la confianza. y en cómo tienes tu autoestima.

E: ¿Tú crees que en Colombia está creciendo el modelaje de tallas grandes? ¿Hay más modelos de tallas grandes?

Yo pienso que sí hay más modelos de tallas grandes. El problema no es de *haiga* más modelos de tallas grandes. El problema es que esto lo estamos viendo como algo competitivo de que quién va a ser la persona que va a estar en el top, arriba, o quién va a ser -no sé- una persona con fama. Eso es lo que está pasando en estemomento, ¿sí? Ser una modelo de talla grande en Colombia no es fácil.

Ser una persona en donde - como te decía- en donde gracias a Dios día a día tiene como cierto reconocimiento, le va bien, muchas bendiciones de Dios, no es bien vista. O sea, porque ellas quisieran ser, tener, todo lo que, las buenas cosas bien, ¿sí? Entonces existe la envidia, los chismes, o simplemente no sé, la mala competencia, que llaman a tus marcas y dicen "pero, oiga, ¿por qué la llama a ella?", cosas así. No es fácil, por qué' Porque esto es nuevo entonces todo el mundo quiere como "yo quiero, yo quiero, yo quiero". Pero esa no es la manera, esa no es la mejor forma de

poder llegar al modelaje. Sí, porque el modelaje - lo que yo te digo- no es solamente una pasarela, una sesión de fotos y sonrías y págumelo y chao. No. El modelaje es ser una persona también. Porque la persona que esté pensando simplemente en hacer unas fotos y tener algo de dinero y ya, o sea, ya hice mi trabajo, está mal. O sea, si tú no incluyes en tu vida algo que en verdad pueda ser como una unión con tu modelaje, no eres modelo. Es como todo. O sea, así como las personas son periodistas, para ser un periodista íntegro y de verdad uno tiene también que pensar en el resto. Es como las cosas buenas que tú u otra persona hace. Aquí el modelaje de tallas grandes se está yendo por el camino equivocado. Pienso yo, por algunos modelos de talla grande.

E: ¿Crees que el hecho de que haya modelos de talla grande y que esto se esté empezando como a mover tiene efectos en las mujeres que no son modelos pero son gordas o están inseguras? ¿Puede influir en algo?

Claro, las hace más seguras, porque dicen "oiga, ella puede, o sea, es importante para las personas que la ven, entonces yo también me quiero sentir así". Es por esto que el evento que yo hice yo quería unir lo que es la parte de la belleza exterior con la belleza interior. La belleza interior, cuando yo les dije a ellas, vengan, socialicen, conozcan, siéntanse bien, hablen, desahóguense. Y la belleza exterior cuando ellas aquí se hicieron la sesión de fotos, que "ay, no, que sí, que la pose, que sonreír, todo". Eso hace parte de un crecimiento en confianza y en autoestima. Entonces yo pienso que cuando una mujer talla grande ve a otra mujer talla grande, no sé, como sobresaliendo en eso, lo hace sentir a uno bien. Si ella puede, yo puedo. Así de sencillo.

E: ¿Cuál es el estereotipo de mujeres que tú crees que hay en Colombia actualmente?

Uy, que la mujer 90-60-90 es la mujer perfecta. Y yo pienso que no. O sea, son perfectas pero una mujer con curvas, una mujer de raza negra, una mujer de cualquiera, son perfectas. O sea, no quiere decir que porque yo no sea 90-60-90 entonces soy una mujer que no vale nada. Soy una mujer que vale mucho y es lo que te digo, eso ya va en cuál es tu proceso de valía y el de cada uno.

E: ¿Has contemplado alguna vez someterte a una cirugía?

Nooo. Ni porque me la pagaran. No eso, ni porque me la pagaran me la hago. Yo soy así feliz. Yo así conquisto, así tengo admiradores, tengo a mis niñas que me quieren muchísimo, a mis gorditas. Tengo a mi familia que les di una lección que tú no te imaginas, que se sienten en este momento orgullosos de lo que soy. Que les encanta más que lo del modelaje, el hecho de que yo esté ahí mis 24/7 -porque así es- con personas que me necesitan. Entonces, pues, soy una mujer feliz. La verdad que sí.
[00:26:49]

E: ¿Qué otras acciones haces en esto que estabas diciendo como ayudando a las personas, aparte del modelaje y eso?

¿Aparte de modelar? En este momento yo estoy - está en construcción- pero me acabo de unir con un diseñador, amigo mío, para poder hacer un blog entonces vamos a hacer un blog en donde vamos a hablar de la autoestima, sobre algunos tips de belleza, pero no solo para gorditas, para todas. Porque nosotros queremos que' inclusión. Desde la talla más pequeña, porque ellos también tienen problemas para vestirse, hasta la talla más grande. Entonces eso es uno: el blog, donde podamos tocar temas de belleza, de autoestima, algunos concursos con algunos patrocinadores, noticias. También quiero hacer un foro educativo. Ya viendo los resultados del evento ya puedo decir "creo que sería bueno un foro educativo y práctico también en donde yo de alguna forma les pueda enseñar a ellas la unión de lo que yo te decía: el empoderamiento con la moda y con esto. O sea, es la unión de que si tú te quieres, todo lo que está aquí se te va a ver divino, si tú no te quieres todo lo que está aquí, discúlpame pero vas a verte como una persona insegura. Así te

pongas la ropa más fashion, todo va a aquí también. Quiero hacer eso, quiero hacer un foro de por lo menos dos días, en donde pueda ayudarles a ellas y salgan supremamente renovadas. Si solo con este evento [00:28:55] que fue bonito y fue en tan corto tiempo, estas niñas salieron super felices y sé que de alguna forma ellas cambiaron un poquito como su forma de amarse, imagínate un foro donde podamos explicarles lo importante que es quererse, lo importante que es hacer ejercicio, lo importante que es comer bien lo importante que es acicalarse. Eso es lo que yo quiero, yo quiero un cambio. Y no de que sí, entonces pasarela porque pasarela es así. Tú haces pasarela y chao. Eso es momentáneo. En cambio, algo en donde te llegue al corazón. Eso para mí vale muchísimo más.

E: Muchas personas dicen como "no, pero el hecho de que hagan eventos solo para mujeres gordas hacen que las mujeres mismas se estén excluyendo.

Ese día, yo invité también a chicas delgadas, chicas delgadas que eran gordas y se volvieron delgadas. Pero tienen su corazón de una mujer gorda, porque seguramente en su vida vivió tanto matoneo, ella amaba ser gorda. O sea, aun así amaba ser gorda, se sentía bien. Entonces sí, sí he notado eso de que las mujeres flacas se sientan un poquito excluidas. "Ay, sí, eventos de talla grande y ¿a nosotros por qué no? Pero tengo pensado también la inclusión. Es que aquí nadie es menos y nadie, es más. Todos somos iguales. Quiero hacer una campaña en donde pueda estar todos los tipos de mujeres, si te digo todos los tipos de mujeres es todos los tipos de mujeres. Como la persona indígena también, me gustaría muchísimo. No quiero excluirla para nada. La mujer flaca, la mujer gorda, la mujer de todas las razas. Eso me parece bonito. Es que todos somos diferentes. Y quiero también hacer un evento en donde pueda, ese evento de yo te digo, el del foro, no solamente va a ser para gordas, va a ser para todas. Entonces pues sí, eso es cierto. Y no solo eso. Que entonces porque ahora está el boom *plussize* hay mujeres talla grande que se creen con derecho ahora de que tienen el poder de aplastar a las mujeres de talla grande, de hacerlas sentir mal, de poner memes en donde dicen que es mejor la carne que el hueso. O sea, si queremos respeto pues también respeta.

E: ¿Cómo está Colombia respecto a otros países?

Uy, no, mal. O sea, no más, Estados Unidos con todas las modelos talla grande. Y que son mujeres superempoderadas. Y que son mujeres unidas. Creo que no existe ni siquiera la envidia. Esas mujeres hacen campañas juntas, aquí una mujer de talla grande que tenga éxito es como v" vamos a ver cómo hacemos para que no tenga éxito". No falta mucho y creo que eso hace parte de la cultura es cultura. Así somos los colombianos. No solo pasa en el modelaje sino en todas las profesiones. Entonces to pienso que nos falta muuuuchos. O sea, estamos nivel uno.

E: ¿Y hay fotógrafos en Colombia que busquen mujeres gordas?

Sí. pero bastantes. He conocido muchos y he conocido varios que me han escrito también para hacer fotografía profesional desnuda. Pero pues estoy como ahí. Todavía lo estoy pensando. Pero sí hay, claro. Hay muchísimos y que les encanta porque de por sí dicen que las gorditas somos como muy alegres. Pues todas somos muy alegres pero somos como entradoras. Entonces a ellos les gusta eso, como la actitud. A mí la verdad, simplemente me concentro en mí misma y soy como soy. Si no le gusta demalas. Así soy. Yo sonrío, me pongo brava, grito, salto. Entonces hay algunos fotógrafos que les gusta mucho. La actitud de las gorditas es muy chévere. Dicen que salir con una gorda es muy chévere porque lo hace reír a uno y pues sí. Eso es verdad.

E: Ya para terminar. ¿En qué talla crees que está la belleza?

¿En qué talla está la belleza? No, yo siento que la belleza no tiene tallas. O sea, mi talla no mide mi belleza. Yo sé lo que valgo. O sea, yo Ana María Paternina sé cuánto valgo y sé que valgo mucho. Que soy talla XL o XXL eso no quiere decir nada. Es un número que pusieron, no sé quién. Pero es un número que supuestamente me define pero eso a mí no me define. Yo me siento bella conmigo misma. Lo que en toda la entrevista les he dicho: la autoestima y la confianza con uno. Eso es lo que uno vale.

De resto... la felicidad. que seas feliz porque tú quieres, no porque el resto quiera. Así de sencillo.

8.2 Ana María Angulo

Una vaina que se revolucionaria, yo lo quiero hacer aquí en la 93 un día. Un poco de peladas, así con unas playeras que digan amo mi cuerpo no sé qué y en bikini. Una vaina chévere. Eso es revolucionar y mandar un mensaje para llamar la atención. Nosotros estamos generando un cambio, porque estamos haciendo, estamos haciendo desfiles, estamos yendo más allá de la moda, diciéndole a las personas o a las chicas que se empoderen de su cuerpo.

Ana María Angulo: uno de los proyectos de este año más importante es que quiero que en el Bogotá Plus Size Fashion Weekend haya contenido de moda, que diseñadores colombianos digan sí a la moda de tallas grandes, a la moda más allá de talla 8 que es a dónde ellos... pues tú vas a una tienda de estos diseñadores y tú máximo encuentras talla 8. Entonces, ¿para quién diseñan ellos? me pregunto. ¿Solo para las modelos de las pasarelas? La mujer real colombiana no es que sea la de talla más grande, es una mujer normal que seguramente tiene una talla 10-12 que es norma. Y quiero hacer, esto acá se los cuento en exclusiva porque todavía está ahí en proyecto, una pasarela que sea como "Colombia belleza real".

Entonces los diseñadores vamos a ir convocoandolos para que cada uno done un vestido o diseñe un vestido para la mujer colombiana, en homenaje a la mujer colombiana con curvas y ojala pues sean muchos los que digan que sí para que haya esa pasarela y pues tiene un trasfondo social que es que parte de las donaciones, digamos de los recursos de esos vestidos o de las ventas de esos vestidos se utilicen para ayudar a campañas que favorezcan a jóvenes y a niños que padezcan obesidad. Esto es en alianza con la fundación "Gorditos de corazón". Ya tenemos el aval con ellos, les pareció súper chévere el proyecto porque una muchas de las cosas que ellos tienen intención de hacer y eso que ellos tratan obesidad mórbida, una cosa que pues obviamente ya es un tema donde prima la salud de las personas.

Pero pues me imagino un desfile, o sea donde los diseñadores digan: "sí, yo quiero comunicarle a la mujer colombiana que yo diseño para ella. No diseño para Europa, ni para Estados Unidos, o sea no para mujeres de otros lados sino para la mujer de aquí también". Y me parece que es un bello homenaje y claro sería una apertura de clientes para ellos también, porque si yo no sabía que X diseñador diseña para mujeres de talla grande o hace el vestido que le pidan pues obviamente yo voy. Las mujeres tienen eventos: 15 años, grados, se casan, no sé cualquier evento normal y pues la ropa de ejecutiva y pues sería súper chévere que ellos abran esa puerta de las tallas grandes.

Entrevistadora: Nos pues decir por favor tu nombre y a qué te dedicas en este momento.

Ana María Angulo: Mi nombre es Ana María Angulo, soy la directora del Plus Size Fashion Weekend y de Ama tus Curvas.

Entrevistadora: ¿Nos puedes contar qué es el proyecto Ama tus curvas?

Ana María Angulo: Ama tus curvas nace como una iniciativa en redes sociales en la que más mujeres se identificaban con el tema de las tallas grandes, sobretodo en Colombia. Yo me di cuenta que yo como mujer de tallas grandes no me identificaba con muchas cosas de la moda. O sea que no encuentro dónde comprar o las opciones del mercado son muy reducidas, entonces me di cuenta que a nivel global ya hay mucha tendencia hacia las tallas grandes o hacia la diversidad de tallas. Más que todo Ama tus curvas defiende eso, celebra las curvas de las mujeres pero también apoya la diversidad de tallas, porque estamos hablando que en el mundo de la moda las tallas solo son 4,6 y 8. O sea, más allá de esa talla tú no entras en ese mundo y yo me pregunto ¿por qué?, si la mitad de la población en Colombia tiene algún nivel de sobrepeso u obesidad. Entonces la mitad de un país no puede ser que dónde compra la ropa. O sea me pregunto dónde las personas compran la ropa o se conforman con lo que hay en el mercado sin que sea lo que les guste. Entonces, nos enfocamos en descubrir marcas y diseñadores que trabajan con el segmento de tallas grandes y nos dedicamos también a buscar modelos que trabajen para esos diseñadores, entonces

Libro de producción audiovisual - GORDA
o sea nos encargamos como de unir en ese mundo los que están interesados en ese segmento de tallas grandes. Entrevistadora: ¿Y en ese proyecto cómo ha sido la aceptación de ambos mundos? De el de los diseñadores y la industria en general y de las mujeres gordas como queriendo ser modelos y queriendo mostrar que sí se puede pues hacer ropa para ellas.

La aceptación de la industria creo que va ahí creciendo paulatinamente, porque obviamente llevamos años creyendo lo mismo, ¿no? Que la mujer de las pasarelas, no es una crítica para ellas peor eso fue lo que impuso una industria. Entonces yo me pregunto ¿por qué tenemos que seguir esos cánones que nos colocan si no los somos? Por ejemplo, no podemos pelear con que no seamos altas, yo quisiera medir 1.80 pero no mido. Soy latinoamericana, colombiana y esa es mi genética. No solamente es la mía, es la de muchas mujeres, entonces cómo vamos a pelear con eso. Entonces, ellos están en esa pelea de que no (porque lo dicen de manera despectiva): "las gordas no caben en la moda, las gordas en las pasarelas: no" y pienso que eso va a ir cambiando porque como todo viene de afuera. Aquí en Colombia todo lo que venga de afuera lo aceptamos y ya eso está en el mundo. O sea, en las pasarelas más importantes del mundo están abriendo la puerta para las mujeres de talla grande. Yo pienso que a ellos el mismo medio les va a decir "óyeme tenemos que mirar hacia allá porque es lo que se está viendo en este momento".

Entrevistadora: ¿Tú por qué decidiste pues primero emprender en este proyecto y segundo, por qué decidiste tú como mujer modelar?

Ana María Angulo: Bueno, yo decidí modelar por sugerencia de mi mejor amiga Angélica Molano, le doy todo el crédito a ella porque ella fue quien me ayudó a empoderarme como mujer. Ella me decía "Ani, pues obviamente uno entre amigas se dice uy estoy gordita, y ella me decía Ani tú eres una curvy girl. Mira en internet para que veas las chicas de otros países que se existen increíbles" porque a mí siempre me gustó la moda. O sea, yo siempre fui como tan gordita que se viste bonito, la gente siempre me veía así. Entonces, comencé a buscar y me di cuenta que efectivamente estábamos de moda y dije no pero qué chévere. y entonces uno se pregunta: ¿las mujeres para qué nos vestimos? ¿para que los hombres nos vean bonitas? No. Las mujeres nos vestimos para que también las otras mujeres nos vean bien. Empecé con todo este cuento, ella me hizo unas fotos de regalo muy bonitas y las empecé a subir

a redes sociales, pero como experimento. Pero cuando me llamaron de la agencia de modelos, una de las más importantes de Colombia, a la semana tenía como 10 seguidores. Y le comenté y me dijo "claro nena es porque aquí en Colombia casi nadie está haciendo eso y tú estás rompiendo un paradigma". Entonces me empezaron a llamar para hacer campañas con marcas a nivel nacional y me di cuenta que por acá era el camino. Y esa sugerencia me llevó a desarrollar los siguientes proyectos: los desfiles y bueno en fin todo lo que significa Ama tus curvas.

Entrevistadora: ¿Tú crees que en nuestro país existe una estigmatización o qué tan difícil es ser una mujer gorda en Colombia, en este momento?

Ana María Angulo: En este momento y creo que en todos los momentos de años atrás es algo difícil precisamente porque no hay aceptación. Pero el paradigma más difícil de romper es el de las mismas mujeres. Nosotras mismas nos llamamos gordas o lo vemos como lo peor del mundo. Yo creo que, si a uno le dicen ladrón, pues no le importa. Pero si a uno le dicen que estás gorda es lo peor. O sea, satanizaron tanto esa palabra que las personas, sean mujeres o sean hombres se asustan. Obvio yo entiendo que el tema de la obesidad es un tema de salud, al que le damos muchísima importancia, no somos la apología de la obesidad. Pero en Colombia ser una mujer gorda es estar fuera de todo. A mí me escribe, yo me quedo aterrada porque me escriben y me llaman mujeres diciéndome que el novio, que el esposo les dijo o les hizo y yo qué les puedo decir. Pues mira, esa persona que se concentra tanto en tu apariencia exterior, da lo mismo. Si fueras muy delgada y no tuvieras nada, por decirlo nada, o sea muy delgada, supremamente delgada también te criticarían y te dirían "¡ay cómo estás de flaca, ¡cómo estás de delgada"! "no tienes nada de cuerpo". Entonces, las mujeres de talla grande tenemos cuerpo, tenemos curvas y lo que hemos hecho es esconderlas porque la misma industria nos ha metido en el color negro, en los colores muy básicos. O sea, no tenemos derecho, por ejemplo, a los boleros, a las flores y a ningún estampado porque dicen "no te hace ver más gorda". Yo pienso que ninguna ropa quita kilos. Yo me puedo vestir totalmente de negro, pero si peso 100 kilos, los 100 kilos se me van a notar o pese 50. Creo que en Colombia deben ellas mismas mirarse al espejo y ver su belleza desde otro punto de vista.

Cuando yo empecé a aceptar que era gordita, porque yo no aceptaba eso, yo toda la vida no fui gordita. Entonces me empecé a decir "óyeme, pero si yo veo que no simplemente soy un cuerpo, soy toda una mujer, tengo talentos y habilidades en mi trabajo y en diferentes cosas de mi vida personal y la gente me quiere como yo soy. Yo soy la que no me quiero como yo soy y quiero aparentarle a ellos que voy a hacer algo para bajar de peso o para mejorar mi vida. No, o sea yo me siento bien. Gracias a Dios no tengo ningún problema de salud, ni nada". Hay que romper ese estigma personal. Si cada mujer en Colombia que se sintiera mal o con la autoestima por el piso, cambiaría y la gente te va a proyectar, porque es que las personas lo ven a uno según lo que uno proyecta. Por ejemplo, yo veo que ahora la gente me ve diferente y yo digo, o sea en cuanto a que me ven más atractiva, más guapa de pronto, porque yo misma estoy reflejando desde mi interior que yo me siento segura con lo que llevo puesto, al caminar, al hablar me siento totalmente segura de cómo soy, de lo que soy y lo que tengo. Pienso que por ahí se empezaría un buen camino.

Entrevistadora: ¿Con tu trabajo cómo haces para transmitir esa idea del amor propio y todo ese discurso para reivindicar el cuerpo de la mujer cómo lo aplicas en tu trabajo?

Ana María Angulo: Pues nosotros a través de la moda...La moda es una forma de expresarse, entonces queremos decirles a las personas que pueden verse bien, pero ante todo sentirse bien. Por ejemplo, yo siempre he dicho que para mí la moda es una excusa. Yo quiero decirle a las mujeres que se empoderen de ellas mismas a través de la moda. Si tú te sientes bien vestida, por ejemplo, en tu trabajo si eres un alta ejecutiva o si tienes cualquier cargo o cualquier rol familiar o personal o sea es cómo tú te veas. Vuelvo y te comento lo mismo, uno es cómo tú te sientas por dentro. Si te sientes mal y tienes problemas de salud por tu sobrepeso, yo te invito a que visites un médico o un nutricionista que te ayude. En Colombia se están abriendo las posibilidades de empresas que quieren ayudar a las personas que tienen sobrepeso desde otro punto de vista. Una medicina holística, que se interesa más en el ser para a partir de ahí bajar de peso o fortalecer, bueno diferentes cosas que quieras hacer.

De hecho, hay una cosa que yo me inventé, y lo digo así algún día lo voy a patentar, que se llama la dieta de la aceptación y yo hablo de eso desde mi caso personal y

porque sé que a muchas mujeres les ha pasado. Yo me acepté como gorda y no me da miedo decir gorda y siempre lo digo. Gorda es un adjetivo, calificativo del idioma castellano que no lo quisieron poner como lo peor del mundo. Yo me acepté y sencillamente empezó como a cambiar mi vida. La gente me decía con más frecuencia "uy estás muy linda, qué estás haciendo" y yo decía no pues nada. Y empecé a bajar de peso, o sea yo en todo este proceso bajé muchos kilos o sea cuidándome en mi nutrición sí, pero no con la obsesión de "ay la caloría". Yo me como mi helado y la hamburguesa y esas comidas que de pronto no son tan sanas. Lo puedes hacer, pero si tú lo haces desde un punto de vista tranquilo de felicidad, de hacerlo con gusto en la vida. Yo pienso que eso aplica para todas las cosas de la vida. Si uno hace las cosas con cariño, pues siempre van a salir o sea como direccionadas a lo positivo, a lo asertivo. Yo pienso que esa parte es un aporte muy grande para las mujeres.

Entrevistadora: ¿Qué retos tiene una mujer gorda en el mundo del modelaje?

Ana María Angulo: El primer reto de las modelos de tallas grandes es prepararse porque si queremos que nos tomen en serio como modelos, tenemos que prepararnos. Nosotros tenemos la primera agencia de modelaje de modelos de tallas grandes. En las experiencias que hemos tenido de los eventos ya hemos preparado las chicas. De hecho, les hicimos todo un curso de glamour, de pasarela, de etiqueta y todo esto para que ellas se enfrentaran precisamente a ese mundo porque van a estar ante las cámaras y la idea no es decir "las gorditas están desfilando, qué bonitas son". Yo quiero "mujeres de talla grande con curvas están siendo modelos". Nosotros nos encargamos de preparar y eso es un reto muy grande, pues porque no queremos ser como el chiste. Siempre hay chistes de gordos, "ay que tan gordos que no sé qué". Queremos romper con eso y decir "esas mujeres que está ahí son expertas modelando, respetan la profesión del modelaje (porque eso es una profesión) y respetan las prendas que tienen de los diseñadores para promover esas marcas. Yo pienso que es un tema de tomarlo muy en serio, porque hay unas chicas que dicen "ay sí yo quiero ser gordita yo quiero ser modelo". Entonces lo toman como una excusa también. "Voy a comer más y más porque voy a ser modelo tallas grandes y

no. Tienen que cuidarse también, las modelos tallas grandes a nivel global tú ves en las redes sociales promoviendo la salud, el ejercicio. Tienes que cuidarte, cuidar tu figura, cuidar tu rostro. Igual que una modelo normal, en este caso aceptando tu cuerpo como lo tienes pero teniendo esos cuidados y los hábitos de vida saludable que recomienda digamos cualquier especialista.

Entrevistadora: ¿Cómo crees que este mundo del modelaje plus size influye en las mujeres que no son modelos?

Ana María Angulo: El modelaje de tallas grandes influye mucho en las mujeres en general porque eso les da un protagonismo. Dice "por fin pensaron en nosotras, por fin pensaron en las gorditas en las rellenitas, en las que estamos fuera de la línea que nos imponen". Entonces les da seguridad, se empoderan de ellas mismas y se sienten de moda. Claro que no quiero que pasen un año dos años y digan "ay ya pasaron de moda" ahora la moda es no sé algo loco que se ocurra. Pero quiero es que eso sea continuo y que sea como un canal para que ellas logren cosas. Por ejemplo, vuelvo y te digo "yo trabajo en una oficina entonces soy la gordita de la oficina" No, yo quiero que se quite eso. Yo quiero que en cualquier rol de la sociedad se quite ese estigma de la mujer en general que tenga que tener un peso para cuadrar en qué, si yo para ser contadora, arquitecta, ingeniera necesito son mis capacidad y habilidades, diferente al peso o a la talla que yo tenga. O lo mismo, para casarme, tener hijo, cumplir las metas, todas las mujeres tenemos esos sueños. No tiene que intervenir esa parte, porque le problema lo pones es tú mismo. me propones matrimonio y yo "Dios mío voy a hacer una dieta imposible de cumplir porque en tres meses me caso" y eso te los estas imponiendo tú mismo, o te lo impone la sociedad: "no, cómo te vas a casar gorda, cómo vas a lucir gorda en la luna de miel". Es ese estigma que quiero que se rompa y digan "no, o sea es normal". Yo veo en las playas mujeres de todo tipo y están tranquilas y eso me alegra porque dicen si mañana me quiero volver fitness, quiero ser atleta: te felicito. Si yo mañana vuelvo y bajo treinta kilos más, veinte kilos más pues yo me siento bien conmigo mismo. Lo más importante es cuál es mi prioridad. Yo le digo a las mujeres cuál es tú prioridad: ¿bajar de peso?, ¿ser feliz? ¿qué quieres lograr?

Entrevistadora: ¿Qué se necesita para que el cuerpo de la mujer en Colombia sea aceptado?

Ana María Angulo: ¿Qué se necesita? Primero que las mismas mujeres impongan, se impongan tal y como son. Yo pienso que no se necesita no pues que saquen una ley o algo así. De hecho, en Colombia hay un tema con las tallas. Las tallas vienen de Estados Unidos y aquí no hay una cosa que establezca... Por ejemplo, tú ves que en Estados Unidos la talla 12 es una talla normal, es como una médium de acá como la 8. Entonces porque allá es diferente, claro nos quieren imponer algo que la mujer colombiana no es. A través de los años siempre habido el tema de que por ser gordita tienes problemas en la sociedad. Yo recuerdo que mi mamá me contaba que, en la época de ella de joven, ser gorda era lo máximo. En los 50, en los 60 una mujer rellenita era muy atractiva. Volvió una moda de la delgadez y la extrema delgadez que es la que vivimos ahora.

La aceptación viene desde las mismas mujeres. Desde el primer momento en que nosotras aceptemos nuestro cuerpo y tal y como nosotras estamos y ver belleza en ello, va a cambiar la expectativa con respecto al cuerpo de la mujer. Porque obviamente los medios de comunicación y ahora las redes sociales nos venden la idea de "pues sí está de moda ser fitness, lo máximo". Yo no critico eso, porque esa fue la decisión de esas personas, de hecho, admiro mucho porque eso es una disciplina. Si las mujeres de tallas grandes tomarán ejemplo de ese tipo de cosas en sus vidas, sería mucho mejor para ellos, como en mejorar sus hábitos. Pero sobre todo en que se sientan bien con ellas mismas. Llega un punto que hasta yo misma lo sigo, yo a veces me miro al espejo y por más que me sienta empoderada digo "estoy gorda, tengo celulitis, tengo estrías, tengo flacidez en la piel" y uno ve en las redes sociales, obvio, las mujeres perfectas, lo cual no es cierto porque las imágenes todas son arregladas. Eso que a uno le venden, no es cierto. Ellas mismas, las actrices reconocidas, saben que no es verdad que se les ve la piel perfecta.

Entonces es sacar de lo malo, o sea como de ese clóset de lo malo el que tengas imperfecciones en la piel. Y a partir de ahí proyectar eso a la sociedad, yo pienso que es un trabajo duro, porque no va a cambiar de la noche a la mañana que todas las campañas publicitarias tengan mujeres de talla grande. Cosa que yo lograré algún

día, aspiro y espero precisamente porque si yo veo que, en un comercial de jabón, de lavar platos está una súper mujer, perfecta, diseño de sonrisa, cara y cuerpo perfecto y me pregunto ¿esa persona que está ahí será que algún día lava un plato? Entonces yo le digo al empresario dueño de la marca: ¿usted quiere impactar en su consumidor final? ¿la señora que de verdad está en su casa viendo su comercial y lava los platos? Póngale una persona más allegada, que se reconozca cuando vea a esa persona en el comercial. Yo quiero de cierta forma imponer esa moda de que en las campañas publicitarias sean personas más reales, no solamente porque tengan sobrepeso. Hay veces las personas no tiene cabello, o de pronto tengan alguna discapacidad y no puedan salir en un comercial, si tienen las mismas capacidades y pueden proyectar y comunicar lo que el empresario de diferentes digamos industrias quiera decir con sus productos y estoy segura que llegaría más a la gente, o sea le tocaría más esa fibra. Que es lo que finalmente quiere la publicidad.

Entrevistadora: ¿Cuál es el estereotipo de mujer bella que hay en Colombia?

Ana María Angulo: Con el narcoturismo, ha cambiado mucho. El estereotipo de mujer bella en Colombia creo que es muy confuso porque por un lado están las mujeres voluptuosas, muy dedicadas al tema estético, de senos muy grandes, cintura muy pequeña, caderas grandes y eso no es real porque seguramente pasaron por el quirófano. Cada quien puede hacer lo que quiera con su cuerpo pero esa es la mujer que nos están vendiendo. O está la belleza que es de la mujer delgada, la mujer delgada que todo le queda bien por ser alta, entonces siempre va a ser bella o todo le va a quedar bien. Pues yo creo que sin criticar porque pues cada persona decide cómo quiere tener su cuerpo y cómo verse, pienso que es ahí donde nos han encasillado. Entonces claro, como las mujeres de tallas grandes no entramos en esa parte pues obviamente nos sentimos fuera de todo y nos sacan de todo.

En los trabajos, en todo lado hay personas que se quejan sobre todo mujeres que no las aceptan por una talla más. Por ejemplo, en la parte comercial. Obviamente uno siempre quiere que sus equipos comerciales sean perfectas, bonitas, delgadas, que vendan bien su producto. Pero hay veces no solamente cuenta eso. Si tú tienes una persona con capacidades que sobrepasan el tema de la belleza, tienes un recurso

humano invaluable. Entonces yo pienso que la belleza está en los ojos de quien la ve. yo he visto y a mí me ha pasado, hombres y mujeres me han dicho "pero si yo te veo y te veo muy linda" y yo "ay pues muchas gracias". Pero hay veces que yo me veo al espejo y digo "pero no, no tengo acá algo, tengo acá, tengo no sé qué". Esas autocríticas destruyen a las mismas mujeres que a veces no aceptan. Por ejemplo, una persona gordita, un hombre se puede enamorar y decir "eres hermosa yo te amo como tú eres" y uno mismo de mujer dice "¿oye no te estás burlando de mí? ¿Cómo se te ocurre que me vas a amar si soy gorda? Pues quién está poniendo ahí el problema ¿ves?

Entrevistadora: ¿En Colombia qué características sientes que se le atribuyen a una mujer gorda en la sociedad?

Ana María Angulo: Bueno. Las características de una mujer de tallas grandes están asociadas a pues sí a la ternura o a ser bonachona. "Ay ella es gordita, pero es bonita, ella es gordita peor tal cosa". Ese tipo de características. O a que de pronto se la alegre del grupo, la de los chiste o cosas así. Pero también se asocia con la que no tiene novio, la que no ha casado. La que de pronto por ese mismo estigma está desesperada buscando pareja y haga cualquier cosa, también pueden asociarlo como a eso. Como una persona perdedora, pensaría también. Eso es lo que pienso que piensan las personas, obvio no lo pienso yo. Lo asocian con eso precisamente por la misma relación del cuerpo, de que está fuera de un canon que impone la sociedad y los medios de comunicación.

Pero pienso que eso ha sido porque nadie, o bueno hasta ahora, nadie ha dicho o a levantado la voz para hablar del tema. Por eso nosotros queremos, ya llevamos tres años, hablando de lo mismo. Diciendo "no queremos figurar solamente en el tema del modelaje, sino que todas las mujeres de tallas grandes se sientan tranquilas y seguras con su cuerpo en cualquier rol que representen en la sociedad como madres, esposas, amigas, amantes, novias. Porque ahí hay un tema importante, las mujeres de tallas grandes se sienten súper inseguras con sus parejas. Lo cual me parece pues obvio que a uno le dice wow qué hago ahí. muchas chicas me escriben y me preguntan "ay quiero verme sexy para mi esposo, para mi novio y cómo lo hago, no encuentro dónde comprar primero, la ropa interior y segundo, cómo me la pongo, cómo salgo

así toda sensual si no me siento sensual. La sensualidad femenina está relacionada a la perfección de un cuerpo, de una talla pequeña, de un busto perfecto. Pero yo pienso que la sensualidad es una actitud, uno se tiene que sentir atractivo y sensual para su pareja. Eso es lo que uno mismo proyecta.

Yo pienso que finalmente los hombres, digamos refiriéndome específicamente a ese tema, ellos sí le dan importancia a la perfección. Pero más importancia le damos nosotras. Si yo le vendo la idea de que "ay ven apaga la luz", entonces obviamente el hombre siempre va a decir "ay sí como que ese no es mi ideal de mujer". Pero si yo me siento segura como yo soy con mi pareja, esa persona a mí me tiene que querer como yo soy. Además, que los hombres son bien exigentes y mírales la panza que tienen ellos y no. Son bien exigentes con que la mujer sea perfecta, pero ellos tienen sus defectos y no son el mejor atractivo físico. Así que pienso que, vuelvo al tema de que las mujeres deben romper ellas mismas con ese paradigma, para poder tener una vida normal. Somos normales, de la tierra y simplemente somos diferentes.

Pienso que estamos en la era nuevamente como de la adoración del cuerpo. Antes se veía mucho el tema de la homofobia y mucho antes atrás el tema racial. Entonces, siempre en la sociedad ha habido algo que como que alguien que se siente por allá estigmatizado por ciertas cosas, características físicas o de religión o raciales. Entonces, creo que eso hace parte de la misma sociedad, pero si nosotras mismas las mujeres no nos ponemos firmes a que nos respeten, porque ante todo es un respeto. Si yo puedo decirle a las personas que me respeten, pero si yo no me respeto yo mismas me estoy agrediendo: cuando me miro al espejo y me digo "gorda, me digo fea, con razón esta persona no me quiere" y cosas como esas". Por eso este proyecto se llama "Ama tus curvas", porque parte del amor propio y de ahí pues la proyección que tenemos hacia el exterior.

Entrevistadora: ¿En tu vida personal sientes que en algún momento te has visto enfrentada a obstáculos en cualquier ámbito de tu vida por tener sobrepeso?

Ana María Angulo: Claro que sí. Claro. Siempre desde que me subí de peso, obviamente siempre viví muy acomplexada porque como no siempre fui gordita,

entonces las personas relacionadas como que "ay te engordaste, te subiste". Yo subí 30 kilos de mi peso normal y obviamente en mi parte personal se vio muy afectada.

La pareja que tenía en ese momento me dio muy mal trato, me hizo sentir como si yo no pudiera lograr la vida y más en el tema de pareja era tenaz. De hecho, esas lesiones psicológicas las he venido superando poco a poco, porque a uno como que lo malo nunca se le olvida. La cabecita siempre te está diciendo alguien te dijo esto malo, que no lo puedes lograr y cosas así. Y antes de crear Ama tus curvas me pasó algo muy gracioso con un chico que me gustaba muchísimo, me enamoré y bueno salimos un par de veces y en una cita él me dijo que yo me parecía a una chica de la televisión: "ay que que rostro tan bonito", pero no has pensado en hacerte la lipo. Entonces claro yo quedé, pues no sé ni que reacción tuve en ese momento, pero si como que tuve el poder en ese momento para decirle que no, que no pensaba operarme, que yo me quería tal y como era y así me senté ahí. Tanto que él se incomodó después como que no sabía qué decir. Pero cómo se te ocurre decir en una cita, o si estás en plan conquista o en cualquier plan "oye no has pensado hacerte la lipo" o sea eres linda pero de aquí pa arriba. Claro yo no dije nada pero llegué a mi casa devastada y a los días se lo conté a mi amiga y pues obvio ella decía pero cómo saliste con ese tipo de hombre que no sé qué. Y yo Lina pero es que o sea lo enfrenté pero me destruyó. O sea yo llegué a mi casa y los siguientes días fueron horribles porque yo decía claro, además porque me gustaba y cuando a uno le gusta alguien pues todo es amor, todo es lindo. En ese momento me di cuenta que no podía seguir así, si yo permitía que alguien me dijera eso, ahora qué pasaría más adelante. Mejor dicho me libré de estar con una persona de ese tipo que solo fija en la parte física. Eso pasó y a los días, no sé de inspiración celestial, dije: "se va a llamar Ama tus curvas el proyecto". Además, porque son mis iniciales de mi nombre, convocan el amor propio. Invitan a las mujeres a respetarse.

Pero claro que tuve inconvenientes, en la parte profesional también. En la época en que trabajaba, porque obviamente era muy exigente en el gremio que yo me movía: el comercial. Y, sin embargo, yo siempre fui la gordita "bien vestida". La gente me recuerda, creo que de muchas épocas, como muy fashionista. Me veían gruesita, no me veían como desparramada, por decirlo así. Porque siempre me he vestido acorde a mi cuerpo, respetando como esas líneas. Pero claro y en la parte familiar ni se diga. O sea mi familia más cercana, como obviamente yo no siempre fui de talla grande,

eran los que más atacaban. Los amo mucho y sé que me aman también, pero fueron crueles. Y decían como "¿te vas a comer eso?" "¿no ves cómo estás de gorda, no te has visto?" O sea, esos comentarios claro los recibimos todas las mujeres de tallas grande. Pero ahora cuando voy, incluso cuando uno va al médico, que le dice: "ay estas obesa" y yo me reí y le dije "soy modelo, doctor". Le desarmé toda su parafernalia médica, no diciendo que esté mal, o sea que esté mal lo que me haya dicho, pero no de esa manera. O sea, tú le puedes decir las cosas a la gente con tacto para que las reciba de otra manera. Pero sí obvio, las experiencias: incontables.

Entrevistadora: ¿En algún momento has contemplado someterte a una cirugía estética?

Ana María Angulo: Después de los 50 (risas). Bueno, para bajar de peso... Digamos que con el peso que tengo actualmente, no vale la pena. Pero si yo pesara 40 o 50 kilos de mi peso ideal, lo pensaría por la salud. Vuelvo y lo digo, el sobrepeso y la obesidad son enfermedades que te pueden llegar a matar, porque ya una persona obesa es hipertensa, seguramente diabética y tiene más enfermedades asociadas con la obesidad. Pensaría que si yo tuviera un peso que el médico dijera "no tienes que hacerte la operación o si no te vas a morir", obvio que sí. Pero el tema estético viene después, porque si yo tengo 150 kilos y mi piel toda me quedó colgada pues obviamente hay que arreglarlo con la cirugía estética. Lo que yo digo acerca de eso, porque muchas mujeres gorditas, gorditas ponte talla 14, o sea gorditas normalitas, se hacen la lipo y tú las ves que bajaron a talla 8 y a los 6 meses otra vez volvieron a ser. Entonces, cuál es el compromiso que tú tienes. Si yo voy a invertir bastante dinero, porque cuesta bastante dinero una cirugía plástica, pues mejor me cuido y pongo el ejemplo de que me superé a mí misma, el hecho de que quería verme bien pero ante todo sentirme bien.

Es polémico porque obviamente dicen "ay pues sí ama tus curvas pero hazte la lipo" No. Yo lo que quiero decir es cada caso de cada mujer es personal y no soy doctor para determinar si no mira "tú en diez años, si sigues con ese sobrepeso sufrirás de la rodilla y bueno de mil cosas asociadas con el tema". Pero sí le digo a las mujeres que tomen la decisión de un cambio real. No que se queden en el discurso soy gordita

y así soy toda la vida. Hay veces que somos gorditas por densidad ósea, porque somos grandes, porque seguro nos parecemos a nuestro padre que era alto y somos gorditas por eso. Y nos matamos y nos matamos, y nunca vamos a lograr ser talla 6, es ver cuál es tú cuerpo realmente para saber hasta dónde puedes llegar. Si es necesario el tema de la operación. Pero yo, como Ana María Angulo no me haría ninguna intervención estética quirúrgica. Excepto que cuando ya pasen los años, un poquito. No sé.

Entrevistadora: Ya retomando el tema del modelaje y lo que nos había contado antes, ¿qué problemáticas existen en el modelaje de tallas grandes?

Ana María Angulo: Bueno. La problemática del modelaje de tallas grandes: el primero radica en que no hay muchos modelos. O sea, mujeres de tallas grandes hay muchas, pero no hay modelos, y me refiero al hecho de que el modelaje es una profesión, entonces no todas podemos ser modelos, como no todas podemos ser médicos o abogados. Las personas están relacionando el modelaje con algo como casual como "ay sí soy gordita, soy modelo". Muy chévere y todo, pero por eso nosotros queremos hacer mujeres de tallas grandes profesionales en el modelaje, con las mismas características que exigen los diseñadores, o digamos los desfiles, tanto a nivel nacional como internacional, con esos estándares. Respetando obviamente lo que se dice del amor por el cuerpo, de las curvas y todo esto, pero que lo tomen en serio. Para mí eso es como lo principal, porque lo quieren ver como "ay sí está de moda, entonces seamos modelos" y no. Yo pienso que hay que tomar en serio la profesión y prepararte, dedicarte a hacer cursos, como en todo. Si a mí mañana me entrevistan, hasta en fogueo periodístico, y me preguntan "ay como es tú alimentación o tú cómo te cuidas".

Entonces, yo no voy a decir "no que yo como todos los días hamburguesa, helado, arequipe y todo lo que más sube de peso", porque la gente va a decir "oye, pero eso no está bien, porque en ninguna parte del mundo te dicen que cometas excesos, porque obviamente no es positivo. Pero sí, que cambien un poco el chip las mujeres aspirantes, porque en Colombia podemos decir que hay aspirantes de modelo y algunas modelos que han hecho algunas campañas, pero todavía no hay una top

model colombiana, que yo diga la más. O sea, hay unas que están o están fuera del país, haciendo cosas, pero que yo diga aquí: "vive y gana muchísimo dinero siendo modelo de tallas grandes", hace falta algunos años para eso. Pero ante todo debemos pensar en tomar en serio la profesión, para así las mismas empresas que nos van a contratar como modelos, también nos tomen en serio.

Entrevistadora: ¿Crees que el mercado colombiano sigue siendo muy restringido para las mujeres o modelos de tallas grandes?

Ana María Angulo: El mercado colombiano de la moda es muy restringido. De hecho, todavía hay diseñadores que hablan que no diseñarían para mujeres de talla grande, que no se meten en ese tema porque les parece que... que no. Entonces, ellos mismos se van a dar cuenta con el tiempo que eso va a cambiar. Además, que no puede ser que ellos nunca hayan hecho un vestido diferente, seguro tienen mamá, abuelita, tías o amigas que están fuera de la línea de sus estándares y les han tenido que hacer un vestido. Yo pienso que ellos no deben de negarse o no se niegan totalmente al tema porque no se ha impuesto de la manera como está pasando ahora. Hace unos años te podían decir "no, no. Ni por equivocación". Pero por favor, o sea en la semana de la moda de Nueva York, todos los diseñadores, casi los más reconocidos, están sacando no un vestidito de pasarela, están sacando una colección de tallas grandes y entonces si lo están haciendo ellos que están en un mercado global, ahora por qué nuestros diseñadores que digamos están enfocados en Colombia y con proyección internacional, no lo pueden hacer también. Pienso que es un mercado que tienen ahí para explorar y que creo que la misma tendencia global de las tallas grandes, de la diversidad de talla, los va a llevar a decir "sí, voy a sacar mi colección de tallas grandes".

Entrevistadora: ¿Por qué vale la pena luchar o continuar con la idea de modelos de tallas grandes?

Ana María Angulo: Vale la pena porque detrás de todo esto hay personas, hay mujeres, hay tanto jóvenes (las más chicas, las universitarias, las de colegio) que están tratando de hacerse un lugar en el mundo y se enfrenta con el tema del

Libro de producción audiovisual - GORDA
sobrepeso y del maltrato con el tema del cuerpo por todos lados. Entonces vale la pena por esas personas, ayudarlas a sentirse mejor, a empoderarlas. A que, no sé así sea... Yo a veces digo "bueno esto no es que sea lo que financieramente me vaya a ser millonaria", pero con que me escriban personas o me llamen a agradecerme, a decirme "uy desde que yo estoy siguiéndote o desde que tal cosa, mi vida ha mejorado. Mi matrimonio ha mejorado, yo me siento más tranquila, me siento más segura". Y es una satisfacción que la viviría y la volvería a vivir muchísimas veces, solo por ese hecho. Y obviamente que esto es una empresa, debe ser lucrativo, pero pues pensaría que siempre va más enfocado en esa parte. Que yo lo vivo como mujer, yo lo vivo cada día como persona cuando me miro al espejo y digo "vale la pena, vale la pena seguir y dar muchos pasos adelante por este proyecto".

Entrevistadora: ¿Consideras que crear un nicho que esté enfocado en las mujeres e tallas grandes, en las mujeres con sobrepeso y obesidad, sirve para crear un estigma al ponerlas aparte y no integrarlas en un mismo evento, no sé qué en una tienda haya sección de tallas grandes?

Ana María Angulo: Si es un estigma, sin embargo, tenemos que sacar adelante... o sea el proyecto alguna manera. En Estados Unidos ya hay tiendas donde no existe la etiqueta tallas grandes, de aquí a que nosotros lleguemos a eso, faltan unos años. Pero creo que eso va para allá, precisamente, han sacado productos o servicios para cierto tipo de personas. Yo pienso que eso no las estigmatiza porque tengan una condición física diferente, no las estigmatiza. Simplemente las está especializando. Yo pienso que, al contrario, para mí es un homenaje a las mujeres colombianas, a la mujer del día a día. A la que va y toma un taxi o se mueve por la ciudad de manera normal y que nadie las había reconocido como personas importantes dentro de un segmento y me refiero a las empresas de todas las industrias, todos los sectores industriales, que siempre apuntan a que sus productos y servicios sean para idealizar personas. Yo sé que la publicidad obviamente utiliza modelos, porque ellos esperan que el consumidor diga "yo quiero ser como esa persona de la televisión". Está idealizando algo que no es real, no que esas personas o modelos no sean reales, ni que no tengan una vida normal. No es un ataque hacia ellos, si no que no les habían reconocido a las personas del común, que se sacrifican, que se esfuerza, esa parte en tema de la belleza. No se había reconocido una belleza diferente, no se lo habían

Libro de producción audiovisual - GORDA
puesto en los ojos a la mujer colombiana normal, que es a lo que yo voy.

Yo pienso que si se hacen eventos es especial para ellas, no para ponerlas en ninguna etiqueta "ay allá solo van las gordas". No, porque allá pueden ir todas las personas. A los eventos que nosotros realizamos, las ediciones de Plus Size Fashion Weekend puede ir cualquier persona a mirar o a comprar, porque puede que yo no sea gordita pero mi mamá sí, mi hermana, mi abuelita, mi novia, novio. O sea, cualquier persona que está relacionada a mí seguramente está fuera de la línea, es que no es una cosa como te digo que viene desde otro planeta ni nada, es como humanizar esa parte y darles un reconocimiento a las mujeres, sobre todo, que tienen un lugar especial para ellas, donde se sientan cómodas y así puedan estar cómodas en cualquier espacio donde se encuentren: en su trabajo, en su estudio, como amas de casa. Es un homenaje y un reconocimiento para ellas.

Entrevistadora: ¿En qué talla crees que está la belleza?

Ana María Angulo: ¿En qué talla? En todas. Yo puedo decir que tengo amigas que son talla 4 y son muy bajitas y compran ropa en la sección de niños porque no encuentran y también me parece tenaz eso, porque, ahí voy al tema de las tallas, en el mundo. Las marcas ¿para quién diseñan? Las marcas masivas hacen colecciones en serie, entonces yo siempre tengo que mandarle a coger al pantalón porque siempre me va a quedar largo. ¿Por qué no diseñan para personas de estatura media?, que somos la mayoría, por ejemplo, en Latinoamérica. Ahí es donde digo la belleza está en todas las tallas, porque puede que tú seas alta pero que también seas gordita, entonces peor todavía, porque por lo menos las bajitas encontramos, pero si eres alta y gordita, eres un problema grandísimo: te ves más voluminosa. Y lo mismo, si somos bajitas y muy gorditas pues tenaz también, porque entonces nos vemos más pequeñas, más redonditas y la gente te va a calificar de una manera muy despectiva cuando se refiere a ti.

Yo pienso que lo mismo, que las mujeres delgadas se sienten súper acomplejadas. Yo he trabajado con modelos y yo digo "eres perfecta" y no. Se critican así mismo mucho, son totalmente inconformes. Las mujeres en general somos muy inconformes en cuanto a nuestro cuerpo, nuestra belleza, todo. Yo pienso que la belleza está en los ojos de quien ve, no podemos comparar una persona talla grande, o talla pequeña o

talla regular y decir es bonita o no. La belleza la tiene uno mismo y es como tú también lo proyectes. Pienso que está en todas las tallas.

Entrevistadora: ¿Podrías contarnos un poco de la Plus Size Fashion Weekend?

Ana María Angulo: El Plus Size Fashion Weekend es el fin de semana de la moda de tallas grandes en Colombia. Es el primero y único que se ha hecho enfocado precisamente en mostrarle, no solamente a las personas de tallas grandes sino al público en general, que sí hay moda para mujeres de tallas grandes y manejamos varios temas. Nuestros tres enfoques principales son: moda, belleza y salud. Precisamente, las mujeres de tallas grandes tienen un problema y es que muchas no se saben vestir. ¿Por qué? Primero: porque no encuentran y lo que encuentran lo combinan de pronto no de la mejor manera. Ante todo, yo sí pienso que debe haber como una estética en las cosas, en la forma de vestirte y lo que queremos es asesorarte para que te veas muy bien y proyectes una imagen de éxito con las colecciones que se sacan para el evento.

Lo mismo en el tema de la belleza, todo el tema de estilismo. Decirte qué te queda mejor, el tema del cabello y el maquillaje. Nos enfocamos mucho en esa parte para que sea muy completo y en el tema de la salud. Porque no podemos dejar atrás que la obesidad es una enfermedad y que no queremos promover que las personas sigan siendo obesas o se engorden. Sino que hay muchas instituciones que promueven campañas en contra de la obesidad y a favor de la persona, de celebrarte tal y como tú eres, con el tema de empoderamiento y de buenos hábitos, tanto de vida como alimenticios.

Ese fin de semana de la moda de tallas grandes está enfocado, de manera muy especial, en las personas que son de tallas grandes, pero también en cómo ellas se venden en el mundo. O sea, cuál es su espacio en el mundo, a través de la moda. Eso es lo que queremos hacer y bueno lo estamos realizando cada año, este año será la tercera versión y lo que queremos este año es que haya más contenido de moda, más personas y empresas que se sumen a decir "sí tenemos tallas grandes" o sea que no sea una cosa rara, sino que digan "sí claro aquí está nuestro segmento en el mercado,

que lo atendemos muy bien, con todas las tendencias que se imponen en todo el mundo y las hay también para mujeres de tallas grandes.

Entrevistadora: ¿Qué piensas de los eventos como Colombiamoda, donde no participan mujeres de tallas grandes?

Ana María Angulo: Los eventos de moda de Colombia todavía no les han abierto la puerta a las tallas grandes precisamente porque quien abre esa puerta también son los diseñadores. Si yo soy diseñadora y yo quiero que mi próxima colección sea inspirada, no sé, en el mundo salvaje yo soy la que coloco mi colección y yo soy la que digo qué tallas van a estar en mi colección, entonces por obvias razones las semanas de la moda es una organización, es un evento. Claro yo tengo que ver qué va a ver dentro de ese evento, quién, qué diseñador y es donde queremos cambiar. Nosotros queremos enviarle ese mensaje a los diseñadores en Colombia, que le abran esa puerta a la mujer de tallas grandes o a la diversidad de tallas más que todo, porque de pronto ellos dicen "no tallas grandes me da un poco de miedo" ¿por qué? por el tema de costos. Tú vas a hacer un vestido talla xs y no te gastas la misma tela que un xxl y lo tienes que vender al mismo precio. Yo les entiendo la parte de costos, de producción y todo esto. Sin embargo, creo que poco a poco tendrán que abrir esa puerta porque son sus clientes, yo cómo voy a discriminar a mi cliente si tiene el dinero para pagarme. Yo le hago el vestido que esa persona quiera. Pienso que la industria poco a poco va a ir abriendo ese camino y sobretodo porque es como una revolución de la belleza, del cuerpo, del comunicar que así soy, yo me respeto. Y tú que eres diseñador o tú que eres la marca, tienes que diseñar para mí que soy tu cliente, porque yo hago que tú seas famoso, tengas mucho reconocimiento, ganes mucho dinero por tus diseños que son costos, pero no diseñas para mí, sino para idealizar un tipo de persona que probablemente no exista o casi no exista. Si soy diseñador y pienso como empresario diga "yo no quiero que mi colección se quede ahí toda la temporada, porque es costoso y porque no le queda a nadie". Yo prefiero abrir la puerta y decir "mis diseños son talla regular, pero pues también tengo está opción de las tallas grandes" y creo que eso va para allá. Estamos a muy poco tiempo de que en las grandes pasarelas de Colombia haya modelos de tallas grandes y haya diseñadores que tomen la decisión de decir "mi primera colección de tallas grandes".

Ya hay personas y marcas que me están llamando porque les llama la atención, sino que obviamente... Por ejemplo, yo quiero que Leonisa, que es "la marca de la mujer colombiana", yo creo que casi todas hemos tenido un bra Leonisa porque no lo compró nuestra mamá de chiquita teen o porque decidimos que es un buen producto, pero ellos no se meten con eso. La pasarela de Leonisa en Colombiamoda es lo más "Victoria Secret" del mundo. Yo pienso que ellos manejan hasta la copa D que yo uso esa copa, una persona que sea copa D es grande, porque el número 32, 34, 36 es el contorno de acá, pero la copa es tú busto. Entonces si tú eres busto grande, generalmente eres grande también... Es porque eres de espalda grande también. Lo que significa que no tienes medidas perfectas. Yo quiero vender la idea de que le hagan ese homenaje a la mujer colombiana que por años les ha comprado, pero siempre han estado relegadas de sus desfiles. De hecho, hace como dos años sacaron una cosa que decía como "ama tus curvas" y yo me metí ... Le dijeron fea a una amiga en Medellín que es de tallas grandes... Le dijeron que ellos solo aceptaban cuerpos saludables y yo me pregunto, ¿entonces nada más hacen hasta la talla m, que según eso es un cuerpo saludable? Claro, ella se sintió discriminada, entonces pa que haces fajas... Si la mujer se faja es porque se quiere ver bien, pero si se faja es porque tiene algo que esconder también, porque no se siente conforme con el cuerpo como lo tiene.

Entonces, me gustaría que ellos rompieran ese paradigma y yo pensaría que les interesa porque, vuelvo y digo, llegaría a las mujeres que toda la vida, durante 60 años que creo que tienen ellos, les han comprado, y no le han hecho ese homenaje a la mujer colombiana, a la mujer real. No que tengamos que poner a la mujer más grande, no talla 50 no tienen, pero si tenemos a la mujer normal: que se le sale su gordito, que usa sus prendas íntimas. Me gustaría eso y estoy enfocada a marcas masivas: gef, falabella, violeta. A que nos digan que sí. Quiero enfocarme en los desfiles, que en realidad sea un fin de semana de moda, que los desfiles tengan que ver con tallas grandes y no tanto ferias.

Yo quiero romper, más allá de decir "ay somos modelos grandes". Es decirle a las chicas que humanicen más el tema, no pues ahora se creen y todas tienen fan page, a ver. Y perdón que lo diga así, pero yo las descubrí, yo Ana María Angulo les dije sí

en un casting para que ahora medio te conozcan por ahí. Entonces ahora no "de dónde saliste, no de la nada". Si le preguntan a doña Paternina, ella dice "no de la nada". Tiene que mencionarme a mí pa que diga que algún día en su vida es modelo plus. A mí el reconocimiento no me interesa, me interesa que la gente se enamore del proyecto y vea más allá de esto, pero la modelos de aquí de Bogotá, no recomiendo a nadie. Es más, yo también soy modelo, soy directora de la agencia peor también hago fotos. Lo que pasa es que tengo un rato que no las hago, porque vuelvo y digo las marcas en Colombia todavía no están... no pues tienen ahí las modelos, pero no...

No sé si vieron una cosa de... un artículo: "Nueve modelos de tallas grandes que debes conocer" y ahí no salgo yo y ni me interesa salir, pero salen unas chicas que la mayoría yo fui la que las conocí y yo dije vea pues ahora salen ellas en las revistas, hasta bonita. Pero no tienen ninguna carrera, porque nadie puede decir aquí en Colombia "yo vivo de ser modelo de tallas grandes" porque es mentira. Tienes que tener tu propia plata, qué digan "no mis contratos". Ni María Jiménez Pacífico que está por allá en Europa puede decir eso, porque todavía no hay marcas que apoyen 100%.

Yo me fui por el lado empresarial, buscando apoyo donde apoyen al empresario que les digan sí hay un segmento en el mercado que está desatendido.

8.3 Pamela López

E: ¿Por qué decidiste modelar tallas PlusSize?

La verdad el tema del modelaje llegó a mi vida como... No lo busqué, sino que llegó de una forma inesperada, en realidad. Porque estaba haciendo el cubrimiento del primer Plus Size Fashion Weekend y entrevisté a la directora y todo iba perfecto de acuerdo a mi trabajo. Yo lo iba a sacar en el periódico y ella un día me envió un correo y me dijo como "Pamela, de verdad, tienes una cara muy linda, registras muy bonito,

¿no te gustaría participar en el PlusSize?” Y yo le dije “bueno en realidad yo nunca he modelado, yo nunca he tenido una clase de modelaje, de cómo pararse frente a una cámara, de cómo poner los brazos, las manos”, jamás. Entonces yo le dije “la verdad yo no sé si yo lo haga bien o sea para esto”. Ella me dijo “mándame unas fotos y miramos a ver”. Le mandé unas fotos, de hecho, me las tomaron en la oficina. Fue algo muy como ... Me animaron, me dijeron “sí Pame, hágale usted es superbonita, le va a ir bien”. Envié las fotos y me llamaron al casting del primer PSFW. Fui. En realidad, fui y dije “bueno, es una experiencia bonita, es chévere”, además que ya tenía mi blog y dije: "puedo hablar desde este punto de vista". Y pasé el casting y, bueno, pues aparecí en el primer PSFW. Y desde ahí se empezaron a salir más proyectos, respecto al modelaje. Obviamente hay chicas muy muy duras que se han dedicado muchos años al tema pero así llegó el modelaje a mi vida. Yo no lo busqué, simplemente llegó y me dieron la oportunidad y me ha abierto puertas.

E: Tú que ya, no solo has modelado, sino que lo has cubierto, ¿cómo ves que está el tema del modelaje PlusSize en Colombia, en Bogotá?

Yo creo que digamos ya estamos. Creo que hay que celebrar porque ya nos están escuchando. Ya no somos un grupo reducido de cinco mujeres que somos gordas y queremos que nos vean. No. Sino que de verdad ya las marcas, pocas, han empezado a pensar en nosotras y se han empezado a abrir espacios como el PlusSize o se han hecho editoriales de mujeres curvy o de mujeres Plus. Entonces digamos que nos están empezando a escuchar. Pero, falta mucho por recorrer. O sea, de verdad que todavía en Colombia no podemos hablar de una industria para mujeres PlusSize. Tampoco podemos hablar. De modelos profesionales sí podemos hablar, pero no de inclusión de esas modelos en algunas pasarelas o en algunas marcas de ropa que a veces esperas que tengan tu talla. Entonces el camino que nos queda por recorrer es mucho aún. Entonces ahí vamos.

E: ¿Crees que aquí en Colombia es difícil ser una mujer gorda?

Sí. Lo es. Puedo hablar de mi experiencia. Tenemos como un estereotipo. Muchas personas lo tienen. Y la belleza no tiene tallas. Es que no importa si eres flaca, gorda,

Libro de producción audiovisual - GORDA
bajita, alta, peli lisa, pelinegra, no importa. Pero en Colombia sí hay un estigma hacia las mujeres gordas. Nos ofendemos. Creen que todavía la palabra gorda nos ofende. Como si decirle a alguien flaco ofendiera también. Entonces es difícil. De parte de los hombres también porque creemos que a los hombres no les gustan las mujeres gordas entonces a veces las chicas que tiene unas tallas más se sienten cohibidas o no se sienten atractivas. Y tú te debes sentir atractiva solo por el hecho de ser mujer. Por eso debes sentirte atractiva. No por gustarle a los demás. Pero acá en Colombia sí creo que todavía estamos luchando como con esos estereotipos y esos tabúes que hay alrededor de la talla.

E: ¿Qué pasa con el tema de las tallas en Colombia para mujeres gordas y con la industria?

Para mí todo está mal. Porque si bien hasta ahora estamos abriendo un camino y hay marcas de ropa que se dedican a confeccionar para mujeres curvy o mujeres plus, todavía falta. Y las pocas que lo han hecho no nos ofrecen diseño. Entonces estamos acostumbradas a o no encuentras tu talla, porque no la encuentras o sea si eres XL no vas a poder ir a un centro comercial con libertad y entrar a cualquier local porque sabes que no te va a quedar, porque la XL no está hecha para ti sino para una mujer más delgada. Y si te la ofrecen no te ofrecen diseño. Entonces también se acostumbran las mujeres a vestirse aburrido. Y por qué te tienes que vestir aburrido si tienes kilitos de más. Eso no debe pasar. Si te gusta la moda disfrútala. Pero si no tenemos y no exigimos tampoco entonces va a ser muy difícil. Creo que con el tema de las tallas, todavía nos falta mucho por recorrer. Digamos que las que estamos metidas en todo esto y las que leen los blogs de chicas curvy saben a dónde ir a comprar, cuánto les cuesta, o quién se las puede hacer. Pero aún, y lo digo personalmente, yo no me siento con la libertad de salir a la calle, entrar a un centro comercial y entrar a cualquier lugar y decirles: "mi talla es XL" porque sé que no me va a quedar. Es que lo sé porque ya lo he probado. Entonces no va a pasar. Creo que nos hace falta mucho por recorrer y hay que hacerle un llamado a la industria a que, en todo el mundo nos estamos abriendo pues acá en Colombia también deben empezar a abrirse sin hacerle una apología a la gordura que es lo que menos queremos hacer. Es que no le estamos diciendo a todo el mundo "vuélvete gordo para que confeccionen ropa para nosotras". Eso no va a pasar.

E: Con el tema de la apología, mucha gente cree que entonces porque hacen eventos solamente plus size, es una manera en que ustedes mismas buscan un lugar exclusivo.

Yo creo que ahí hay varios errores. Ninguna de las modelos que yo conozco, de las bloggers que yo conozco que escriben sobre el tema, le hacen apología a la gordura. Segundo, las modelos que conozco que son Plus Size y que son curvy, créeme que le dedican horas al gimnasio y a la alimentación. Porque hasta para ser modelo plus necesitas tener un cierto, una cierta imagen. No es porque eres gorda entonces me como dos hamburguesas al día. Además, también es de uno, de ser humano, cuidarse. ¿Qué pasa? Hay muchos factores. Hay [00:07:27] muchos factores que nos hicieron gordas. No podemos hacer nada contra el mundo. Pero creo que, digamos, esos estereotipos de "es que le hacen apología las gordas, o que se inventan un evento para ellas solas", no es cierto porque al evento nunca le han prohibido la entrada a una persona flaca. O sea, si tú quieres ir, puedes ir. Solamente son válvulas de escape que hemos encontrado para satisfacer la oferta de ropa. Para sentirnos incluidas, no sentirnos juzgadas. Y para que nos tengan en cuenta. En ningún momento le queremos decir a la gente "no, vuélvete un gordo, vuélvete un obeso porque la vida es más feliz". Es mentira. O sea, nosotros somos muy conscientes de los riesgos que tenemos al tener sobrepeso, o tener muchas chicas son obesas. Créeme que muchas son conscientes de eso. Entonces no estamos haciendo apología a la gordura. Simplemente queremos que se den cuenta que así como hay muchas mujeres delgadas y flacas o muy curvilíneas, también hay otras que definitivamente pues son así y por más que se cuiden no van a llegar a ser una supermodelo de Victoria Secret porque pues no, no van a lograr por genética o porque no se puede. Es eso. Pero no pretendemos hacerle apología a la gordura en ningún momento.

E: Cuando contamos sobre qué es nuestra tesis, siempre nos dicen "¿cómo así, ellas hacen ejercicio?".

El tema del modelaje es difícil, no solo porque es un país en el que hasta ahora se está abriendo el tema de las chicas Plus Size y como que le están dando más cabida al tema, pero también porque debes cumplir con una imagen. Suena cruel pero así es.

Porque vives de tu imagen. Entonces debes cuidarte, debes tener una piel sana, debes tener un pelo sano, debes tener unas piernas sanas. ¿Sí me entiendes? Entonces muchas chicas se dedican al gimnasio. No es que se dedique 7 días, 24 horas. No. Pero van tres o cuatro días al gimnasio. Cuidan su alimentación. Cuidan su pelo, cuidan su rostro. Y sí. Si bien estamos hablando de vanidad y belleza, es su trabajo y lo demanda. Como cualquier otra modelo en este país. Entonces no quiere decir que porque somos gordas entonces no me cuido. Todo lo contrario, se cuidan y hacen un llamado a que "sí, yo soy modelo pero también me cuido porque soy un ser humano y tengo que darle algo de agradecimiento a mi cuerpo". Es eso.

E: ¿Consideras que toda esta ola de modelaje PlusSize y las tallas grandes trae efectos positivos en otras mujeres que son gordas pero de pronto no modelan?

Yo creo que sí. Yo creo que eso es lo más bonito de todo esto. Porque muchas hemos pasado por esas etapas de autoestima baja y de no quererse. Y siento que otras mujeres que lo ven a uno real, igual todas las mujeres somos reales, no importa qué tipo de cuerpo tengas, porque todas somos reales. Pero, como para enmarcarlo así, siento que se ven impulsadas a quererse un poquito más, a subir el autoestima, a sentirse aceptadas. O sea, si ven que un ejemplo a seguir que ellas tienen lo hace, pues ellas mismas se preguntarán "¿yo por qué no lo puedo hacer?" Entonces creo que eso es lo más bonito de todo esto: darnos apoyo mutuamente así no nos conozcamos así nos vean por una cámara, por una foto o nos lean en un blog, eso es lo más bonito de todo esto que está pasando.

E: ¿Qué se necesita para que las mujeres sean aceptadas tal cual son y no haya tanta presión sobre el cuerpo de la mujer?

Abrir la mente. O sea, tenemos que sacarnos todos esos prejuicios de la cabeza. Que porque eres gorda eres menos bonita que la que pesa 20 kg menos que tú. Es mentira. Para gustos colores, como dicen por ahí. Y lo principal es quererse como uno es. Aceptarse. Entonces creo que hay que abrir la mente, decirle a la gente que hay que dejar los prejuicios atrás. Es que creo que el tema de la gordura, o lo comparo así, es

Libro de producción audiovisual - GORDA
como si tú discriminaras también a una persona porque tiene algún tipo de enfermedad o algún tipo de discapacidad. Y no es así. Sigue siendo un ser humano. Una persona. Simplemente que es diferente a ti. Y no todos somos iguales. Y en eso está la belleza. En eso radica la belleza. En que no todos somos iguales y en que hay para escoger.

E: ¿Cuál crees que es el estereotipo actual de mujer en Colombia?

Me atrevería yo a decir según esto personas se basan pero creo que muchas mujeres quieren ser delgadas, quieren ser esbeltas. Porque igual somos latinas, somos un país de mujeres esbeltas, pero creo que siempre, e incluso desde tu casa te dicen “tienes que ser delgada porque eres más bonita si ves delgada”. Para mí ese es el estereotipo que todavía reina en este país, por decirlo así. Pero siento que la gente ha empezado a abrirse así sea un poquito. Yo digo que poner un granito de arena, de a poquito se va llenando el taleguito. Creo que ese es el estereotipo. Todavía piensas que una mujer delgada esbelta es tu modelo a seguir. Eso es lo que quieren ser muchas.

E: ¿Tú alguna vez has pensado hacerte una cirugía?

No. No lo he contemplado no porque diga "no, es que yo qué me voy a hacer una cirugía". La verdad es que nunca me ha llamado la atención y no lo he necesitado afortunadamente. En este momento me siento cómoda con mi cuerpo y no, no lo he contemplado.

E: ¿Existe algún tipo de problema en el modelaje de tallas grandes?

Sí, sí los hay. Primero porque también somos un grupo reducido de chicas que estamos trabajando en eso. Pero para agenciarte, agenciarte es como que una agencia de modelos diga quiero trabajar contigo, como escogen a otra, ven y te pongo en mi catálogo. Eso es muy difícil porque no hay una agencia de modelos como tal para tallas plus o curvy. O las que hay, que son pocas, pues no le dan un catálogo muy amplio a un cliente o algo. ¿Sí me entiendes? Entonces ese es un problema. También ¿qué hacemos? A veces luchamos con las marcas porque este es un trabajo. Entonces los trabajos se pagan y a veces las marcas son como "no, ven te hago las fotos pero

Libro de producción audiovisual - GORDA entonces te doy jeans". Esto es un trabajo y hay que tomárselo en serio. Y digamos lo que nosotros hemos querido es como tomárnoslo en serio y exigirle también a las marcas que el trabajo vale, mi tiempo vale, arreglarme vale, posarme ante una cámara vale, me tienes que pagar, porque el trabajo hay que hacerlo valer. Ese ha sido como los inconvenientes que hemos encontrado.

Y obviamente que es como lo que más luchamos a veces es dejar de ser nuestro propio verdugo. Y dejar atrás las cosas feas que a veces pasan entre las mujeres. Pero es una lucha. Es como constante. Paso a paso. Hay que trabajar paso a paso para lograr algo.

E: ¿En qué talla crees que está la belleza?

En ninguna. La belleza no tiene talla. Y suena muy cliché pero es que es real. No tiene talla. Tú a mí me parces una mujer bella. Como tu compañera también me parece una mujer bella. Yo les puedo parecer una mujer bella. Pero cada una somos distintas. Entonces no hay una talla, no es que talla 2 es la mujer perfecta. No la hay. Cada una tenemos nuestras cualidades y nuestros atributos físicos que nos hacen bellas a nuestra forma. Para mí de verdad la talla no tiene belleza por más cliché que suene.

8.4 Sonia Vanegas

E: ¿De dónde nació la idea de crear una agencia especializada en modelo?

La idea nació porque el mercado lo requería. Digamos que Lucía González, la creadora de ña agencia, tenía - o tiene en este momento- una marca, que es donde estamos en este momento y lo que pueden ver al rededor, que es especializada en tallas grandes. Ella necesitaba sus modelos para su marca. Entonces de ahí nace la idea porque no hay realmente una formación y no hay tantas modelos como para tener, como para mostrar sus prendas y mostrar toda la publicidad que pueda tener una marca en exposición tanto de fotografía, como de pasarelas, y todo lo que tiene

Libro de producción audiovisual - GORDA
que ver con el desarrollo de una marca. Entonces ahí nace la idea de empezar a formar y promover los modelos de tallas grandes.

E: ¿En qué consiste esa formación integral?

La formación de una modelo plus es tan similar a la de una mujer regular. Ellas necesitan saber caminar, entonces tienen que tener clases de pasarela. Necesitan saberse fotografiar para saber qué hacer cuando están frente a una cámara, para saber qué hacer con su cuerpo y poder darle al fotógrafo y a la persona que la está contratando -que llamamos el cliente- pues lo que él está buscando. Entonces tienen clases de fotografía, de pasarela, entonces les damos herramientas que le ayudan muchísimo como la expresión corporal, la abordamos desde la danza y del teatro para que tengan herramientas de cómo saber usar su cuerpo y poder ser expresivas sin necesidad de hablar sin necesidad de otros métodos de expresión sino solamente su cuerpo, su irada, sus gestos. Entonces reciben también esta formación. Hay una parte que se encarga de la nutrición porque aunque son mujeres de tallas grandes nosotros no descuidamos la parte de la salud porque para nosotros también es importante que se entienda que la mujer plus no significa que es una mujer que no se cuida que no está pensando en el bienestar. Nosotras las apoyamos también en un área de nutrición y de ejercicio funcional para que ellas también puedan ser saludables desde el punto de vista y ejercicio de nutrición. Entonces tienen una formación |completa. Unas herramientas que les ayudan a ellas no solamente para ser modelos sino también pueden ser usadas en un momento cualquiera de su vida. Porque puedes, por ejemplo, estilo de vida, cómo utilizar ciertas prendas, tienen una asesoría entonces eso también te sirve a ti no solamente siendo modelo sino también si necesitas tú saber cómo llegar a cierto x o y lugar y te empodere también frente a un público.

Lo más especial para nosotros es el coaching personalizado y coaching grupal. Entonces ellas pueden escoger, después de hacer el coaching grupal, pueden personalizar |porque es muy importante el autoestima. El autoestima es digamos...para que ellas puedan desarrollarse mucho mejor frente a cualquier público. Cuando tu autoestima está bien pues es muy fácil enfrentar cualquier público. Pues ya has superado cualquier cosa, te quieres como eres entonces frente a cualquier medio vas a estar preparada y no vas a tener como estas cositas que nos

E: ¿Cómo ha sido la reacción del público y del mercado?

Bueno, digamos que. Bueno hemos tenido varias cosas que nos indica que es positivo. Digamos que la gente está muy contenta porque se siente identificada porque evidentemente no todas las personas son de 175 y talla 6. Lo digo yo que soy de 175 y talla 6 pues no soy el regular de una fila de un autobús de ocho o diez mujeres de mi estatura o de mi talla. La gente se siente identificada con las chicas de tallas grandes porque es más lo que tú ves todos los días cuando estas en la calle. Se sienten como "hay algo para mí". En cuanto a la industria hemos recibido muchas aperturas que no nos imaginamos que iban a ser tan rápidas. Digamos que en las revistas han estado interesadas en hacer especiales con nosotros, que hablemos de todo el tema porque se dan cuenta que es algo innovador que está pasando no solamente en Colombia sino en el mundo. Realmente afuera lleva 7 años el tema de las tallas grandes, en Colombia hasta ahora estamos empezando. Entonces como la industria está acelerada siempre, entonces ahora que es el momento recibimos mucho apoyo. Hemos estado en todos los medio, hemos salido en medios importantes que han estado respaldándonos en toda esta iniciativa. En cuanto a, ya hablando empresarialmente, las marcas ya por lo menos están [00:05:24] tomando el tiempo para pensar si ya el momento de abrir las tallas para ellas. Digamos que como la moda está en la talla xs a la talla 12. Entonces una niña de la talla 12 quiere ponerse y no lo encuentra. Entonces hay que empezar a mirar cómo ampliar ese mercado. Y digamos que y a la industria lo está entendiendo cómo abrir ese espacio para ellas y venderles moda porque también ellas quieren estar a la moda.

E: ¿Hay algunos retos específicos del modelaje plus para consolidarse?

Sí son muchas barreras las que hay que empezar a romper. De hecho el estigma que se carga por la talla es muy fuerte entonces, partamos de ahí, de entender que no todas pueden ser iguales y no todas pueden querer ser fin, de hecho es lo que hay que aceptar. Que la gente se quiere tal como es y no tiene por qué estar haciendo un prototipo de personas que se vende todo el tiempo que es la gente que tiene el six

pack y que todo el tiempo son súper delgados. Entonces empezar a entender que hay otro tipo de personas que están bien con su cuerpo y que se quieren así. Eso no es ni malo ni bueno. Digamos que ambas cosas son respetables entonces hay muchas barreras para romper. Como la inclusión, cómo empezamos a entender que ellas tienen que hacer parte de un mundo donde solamente se está reflejado en un... hacia las mujeres. Entonces sí son muchas barreras y no es fácil pero en eso entramos todos los días intentado mostrar que hay un mercado y que hay gente que necesita de ese mercado

E: ¿Cuál es el gran sueño que tienen desde a agencia?

Digamos que el sueño más importante es empezar a ser parte de las plataformas más importantes de moda en Colombia y empezar expandirnos a Latinoamérica y a países fuera de Colombia. Si empezamos en nuestro país seguramente será más fácil que no abran las puertas en otros países como siempre la mujer colombiana tiene un apertura muy fácil porque no caracterizamos por ser mujeres muy bonitas. Entonces con esta corporalidad que tenemos en Colombia, seguramente si nos desplazamos a países de Latinoamérica nuestra belleza es muy apreciada. Entonces yo creo que ese es como uno de los retos más importantes en este momento.

E: ¿Cuál crees que es en este momento el ideal de una mujer bella?

Pues siempre nos lo han marcado mucho. Entonces digamos que el ideal siempre ha sido el mismo. llevamos muchos años visto las mismas presentadoras en las noticias y viendo la misma gente en todo lo que nos rodea en cuanto mercadeo, lo que vemos visualmente siempre ha sido el mismo estereotipo. Entonces es muy marcado y muy fuerte a nivel nacional, e internacional. Entonces siempre ha sido la mujer delgada, la mujer que puede ser bella es la mujer que cumple esos parámetros. Acá lo que estamos mostrando es precisamente es que la belleza puede estar vista de diferentes formas. Como siempre, intentar entender el mundo de tallas grandes y que también haya cómo un respeto en todo el tema con las tallas.

E: ¿Consideras que hacer tiendas y eventos especializados para la mujer gorda es lo que hay que hacer?

Realmente las dos cosas. En cuanto a abrir y en cuanto a las tiendas especializadas ambas son importantes. Porque digamos las especializadas es un nicho de mercado que se especializa en prendas grandes. Pero si esas tiendas que siempre han sido reglars abren un espacio para el mercado de las tallas grandes significa que van a tener mucho más público para vender porque le están abriendo la oportunidad a un mercado que es sumamente amplio. Más o menos en Colombia el 35% de las personas son de tallas grandes. Es un número grande que siempre ha estado pero ha sido descuidado.

E: ¿Cómo ves el futuro de Colombia a 5 años?

Yo creo que de aquí cinco años va a ser mucho más amplia porque igual la gente va a entender que es una oportunidad. Porque como no hay tantos, entonces como si yo me quiero diferenciar en un mercado y hay algo que está ahí y que no lo han explotado... puedo ser yo el primero y puedo ser yo el mejor. Y puedo apostarle a algo que está innovando. Me parece que en cinco años va a extra mucho más posicionado, el público va a comenzar a entender. De hecho hemos recibido muchos comentarios positivos. Ellas ya han estado en algunos casos con modelos de tallas regulares en un casting. Qué significa eso? Es como entrar a cómo una niña de uno setenta y punta de talla 6, 8 máximo, cómo ve a la competencia a una niña de la misma estatura probablemente, porque tenemos niñas muy altas, con tallas el triple de ellas. Eso ha sido súper impactante para ambos lados. Entonces cómo pueden estar haciendo el mismo trabajo si son exactamente iguales. Solo que una representa a un grupo x de mujeres y la otra a otro grupo diferente. Ambas pueden estar en el mismo campo.

E: ¿En qué talla está la belleza?

La belleza yo creo que está en todas las tallas. No hay una talla específica, Lo que he aprendido, porque para mí también todo ha sido un proceso, Yo vengo de la escuela de mujeres de tallas delgadas. Yo llevo siendo modelo 20 años y llevo formado modelos 15, entonces siempre estado encasillada en que esa era la manera. Cuando entré a este proyecto tuve que abrir mi mente y empezar a transmitir todo lo que yo sabía en las mujeres de tallas grandes. entonces a mí me parece que sí es importante identificar que la talla no es la belleza. Porque realmente cada talla es diferente. Simplemente son públicos diferentes que se muestran a quien copete Si yo soy una mujer delgada entonces me dirigiré a las mujeres delgadas y si y una mujer de tallas grandes entonces me dirigiré a ese público. Es respetable toda la gama que va ¿cabe desde la más chiquita hasta la más.

8.5 María Angélica Salazar

E: ¿Cuál es tú nombre y tu ocupación?

Soy María Angélica Salazar, soy historiadora de la Universidad del Rosario y estoy haciendo mi último año de una maestría en historia de la Universidad y estudio desde hace 4 años el tema de la moda.

E: El ideal de belleza o de la mujer bella se transforma a través del tiempo. ¿Por qué pasa esto?

Lo que tú tienes que comprender es que esto es un tema muy cultural que se encuentra atravesado por muchas variables, variables económicas o políticas. Si tú empiezas a pensar cómo era el ideal de belleza en el renacimiento, efectivamente ha cambiado mucho de los que tenemos actualmente y no solo para la mujer también para los hombres. Es un tema netamente cultural que se encuentra modificado hoy principalmente por algo que se llaman las industrias culturales. Hay una industria cultural que afecta de una manera increíble el tema corporal que es el tema de la moda, entonces la belleza ha cambiado efectivamente. Hay un libro muy lindo que

se llama La Historia de la Fealdad donde muestran cómo ha cambiado la idea de corporalidad que no estéticamente apreciada.

Es un tema netamente cultural que se encuentra atravesado por muchos elementos. Hoy el elemento que más juega para comprender cómo ha cambiado es las industrias culturales, específicamente el tema de la moda. La moda juega un papel muy importante y determinante en términos de configurar de qué es algo deseable y qué es algo no deseable.

E: ¿Cómo me puedes decir que ha cambiado en el último tiempo la idea de lo que es una mujer bella y cómo se refleja en la moda y en lo que se vende lo que está de moda y lo que se debe usar?

Yo creo que algo muy importante para entender cómo la moda ha influenciado la corporalidad femenina es entender algo muy importante y es que a principios del siglo XX tú tenías una moda guiada por unos estilos que dictaba la realeza. Entonces, cómo se debían vestir las mujeres, el ideal de mujer, estaba dado por la realeza. Más adelante hay un cambio total que es la democratización de la moda en donde yo ya no tengo que seguir lo que me dicen las reinas sino lo que me dice el diseñador, que es lo que estamos viviendo actualmente. ¿Yo qué me tengo que poner? Lo que me dice cierta casa de moda o cierto diseñador.

Teniendo en cuenta eso si tú te pones a pensar en los últimos 50 años, el ideal de mujer si ha cambiado mucho. Tenemos una ruptura muy grande en los años 60 con unas modelos, como te decía twigg... Que es una mujer altísima, completamente delgada, que va a decir y va a imponer cierta tendencia de cómo tiene que ser la mujer. Eso va a empezar a evolucionar, luego vienen estas modelos de los años 90 como Tyra Banks, que va a cambiar ese ideal de una mujer tan tan delgada. Pero luego vuelve Kate Moss y ella va a volver a imponer ese modelo de una mujer muy muy delgada.

Para mí en este momento estamos viviendo una revolución de ese ideal, porque Kate Moss es una mujer que es muy muy delgada y muy alta. Estamos viendo que está

cambiando, pero qué es lo que pasa que como estamos imbuidos en ese cambio no estamos viviendo el cambio y no estamos viendo hacia acá, pero si nos alejamos un poco vamos a ver que está cambiando. Pero son cambios de larga duración, no es que tú te levantes mañana y ya todo sea diferente. Son cambios de larga duración y es un cambio lento, es un cambio lento.

E: ¿Crees que el movimiento de las modelos plus size tiene algún tipo de impacto en la moda, en la confección o en lo que está de moda?

Yo creo que hay algo muy importante que uno tiene que comprender y es que la moda es las industrias que más dinero mueve y precisamente como es las industrias que más dinero mueve, la industria de la moda se ha visto muy golpeada por las crisis económicas y las crisis financieras que están pasando y esto es algo muy importante porque uno usualmente piensa la moda como tan aparte como algo tan efímero que no tiene nada que ver y tiene mucho que ver por ejemplo con el tema económico. Un diseñador obviamente va a estar preocupado porque compren su ropa.

Yo lo que he visto y lo que yo pienso que está pasando actualmente es que los diseñadores se están dando cuenta que su público no es una modelo, su público es una mujer muy diferente, al igual que los hombres. Los hombres modelos no son los hombres que tú ves cotidianamente. Entonces yo creo que está empezando a cambiar y creo que la industria está empezando a dar una vuelta frente a quién le estamos vendiendo nuestra ropa. Entonces, si tú te das cuenta ya hay una apertura más grande frente a las tallas. Existen todavía marcas que manejan tallas específicas, por ejemplo, de 0 a 6. Si tú eres talla 8 no puedes comprar porque no hay el tallaje para ti. Pero ya estamos viendo que ciertas marcas están creando tallajes un poco más acordes lo que es la mujer verdadera, la mujer real. ¿Por qué? Porque están muy golpeadas por las crisis económicas, por un lado. Y creo que, por el otro, esta incursión de la modelo plus size, sí está generando un cambio muy importante. Yo creo que es como un statement que están creando las mujeres de decir yo no tengo el cuerpo que usted tiene, pero aun sí yo merezco vestirme bien y lucir bien. Es difícil, los cambios siempre son difíciles, también tienes que pensar que cuando hay un

cambio alguien gana y alguien pierde. Aquí toca preguntarse quién gana y quién pierde... Yo sí creo que hay cambios, pero no los estamos viendo tan fuertes como uno lo desearía. Yo creo que por ahí en diez años se van a ver mucho más fuerte estos cambios.

E: ¿La mujer colombiana y la corporalidad de la mujer latina cabe en el escenario internacional y en las pasarelas?

Yo creo que nosotras como mujeres latinas, igual cualquier tipo de mujer... mujer nórdica o mujer latina, siempre tiene que vivir frente al estereotipo de...Entonces si te poner a pensar en el estereotipo de la mujer latina, es una mujer no tan alta, pero es una mujer con muchas curvas y si tú te pones a pensar nuestras modelos colombianas son mujeres curvilíneas: con senos grandes, con cinturas pequeñas. Ahora, yo creo que en general para la alta moda, la alta costura, que es muy diferente si tú te pones a pensar las modelos de Victoria Secret que cumplen esa idea porque siguen siendo delgadas... no sé Giselle Buchen es delgada, tiene curvas y es una mujer delgada para su estatura, entonces yo creo que, para la alta moda, esta moda refinada de Versace, de Chanel Pienso que es difícil que el cuerpo de la mujer latina tenga un impacto en términos de estereotipos. Vuelvo y te digo si piensas en el cuerpo de la mujer latina, posiblemente no tenga cabida ahí.

Pero vuelvo y te digo yo creo que los diseñadores están empezando a pensar y decir hay que cambiar a quién le estamos vendiendo, quién es nuestro consumidor. Y yo creo que eso está empezando a cambiar un poco económicamente porque hay países latinoamericanos que tienes industrias de moda muy importantes, como por ejemplo Brasil. La mujer brasilera es una mujer alta, son mujeres muy bonitas que encuentras igual, encuentras de todo... Pero está empezando a cambiar. Creo que, para una industria, lo que te digo, de la alta costura no sé qué tanto pueda el cuerpo de una mujer latina, pensándola como una mujer voluptuosa, tenga cabida ahí.

Pero estamos viendo cambios, yo creo que el más importante es, por ejemplo, Victoria Secret. Victoria Secret está mostrando mujeres muy curvilíneas y cuando te dije el tema de Tyra Banks, Tyra Banks fue modelo de Victoria Secret y Tyra Banks luchó y todavía sigue luchando contra la industria de la moda, porque ella cuenta

que muchas veces fue rechazada de industrias y agencias de modelaje porque le decían usted no puede ser modelo porque usted tiene muchos senos y necesitamos una vieja que sea muy plana y usted no puede ser. Pero mira quién es Tyra Banks hoy en día.

E: ¿Es necesaria una estandarización de las tallas en la industria para evitar problemas a la hora de comprar?

Yo creo que ese tema tú lo puedes entender desde la historia. En moda se creaban... Antes de las prensas listas para poner... Se creaban.... El per a poter... existía era solamente que el diseñador hacía un diseño solamente para ti. O sea, nadie más tenía sino que era un diseño solamente para ti. Pero qué es lo que pasa, con este cambio de la moda, hay una democratización. Yo sé que uno usualmente piensa este tema de las tallas como algo malévol... como no entiendo por qué en esta tienda soy esta talla y en esta tienda soy una talla, que uno muchas veces lo hace sentir mal. Que uno dice, pero es que no soy talla 14 por qué me tengo que poner un pantalón talla 14 porque en esta tienda soy este tallaje y en esa soy este tallaje o aquí soy S y allá soy M. Pero lo que tienes que entender es que es un paso de democratización, es decir todo el mundo tiene derecho a utilizar una prenda de ropa. Entonces, inicialmente se ve como una democratización de la moda la idea del patronaje y la idea de que todo el mundo puede ponerse lo mismo. Entonces pasa mucho que tú vas caminando y ves a más personas con tu mismo saco, con tu mismo jean, porque es una democratización de la moda.

Qué es lo que pasa, lo que pasa es que depende de la casa o de la tienda de moda el patronaje . Entonces, no todas las tiendas o casas utilizan el mismo patronaje de moda. Si, por ejemplo, a mí me pasa mucho, si tú vas a Zara... Que está pensada para mujeres españolas o europeas, que son muy altas y muy delgadas. Entonces, muchas veces.... Para mujeres petit. Entonces muchas veces el patronaje está pensando para un cuerpo que no es así. Pero si por ejemplo voy a una industria nacional, como Pronto, en Pronto la ropa si me queda completamente diferente que como me queda en Zara. Hay una disminución de la industria nacional. Cuando era

chiquita existía Azúcar y Azuquitar y la ropa de allá me quedaba perfecta. Pero ahora voy a una tienda de Zara y no quepo en una talla en la usualmente soy, pero es porque el molde de la blusa está pensando para un cuerpo europeo, porque Zara es una tienda europea y no colombiana.

E: ¿Por qué razón en las tiendas de ropa el espacio de las tallas grandes es tan disminuido, a pesar de que hayan muchas mujeres de tallas grandes? ¿Por qué hay mujeres que no encuentran y que no pueden vestirse a la moda?

Yo creo que es un tema netamente cultural y es pensado en quién es el consumidor. Cuando yo pienso en Zara, Zara le funciona mucho a las mujeres petit, altas o bajitas, que son mujeres que no tienen grandes senos o que no tienen grandes caderas. Está pensado en a qué público le estas dirigiendo tu ropa y eso como diseñador es una pregunta muy importante, porque no es lo mismo que tú digas mi target de consumidor van a ser mujeres de estrato 5 o 6 o mujeres de estrato 1 y 2. Eso cambia completamente la concepción del tallaje, de a quién va el tallaje.

Yo creo que eso pasa y uno lo ve, hay tallas que son más repetidas o que el pantalón o la prenda viene mucho más repetida en ese tallaje y es porque el diseñador que su consumidor es un tipo de mujer, un tipo de corporalidad específico. Que eso sea positivo o negativo, es totalmente diferente. Que haya que cambiar eso, es totalmente diferente. Pero si tú me preguntas por qué pasa eso, yo creo que es porque el diseñador se pregunta a quién quiero apuntarle yo, quién quiero que consuma mi ropa, mi diseño. Y ahí es donde empezamos a ver un tema, lo que te decía, es irónico. Cuando se crea la democratización de la moda es para que todo el mundo pueda acceder a la cualquier prenda de ropa, o sea es que ya, ya no es que la princesa de Inglaterra se ponga este traje. Sino que todo el mundo tenga derecho a utilizar este jean que puede utilizar una mujer neoyorquina. Pero entonces vemos el otro lado de la moneda. Para quién es esa democratización, quién puede acceder a esa prenda y no en términos solamente económicos sino en términos corporales.

E: ¿Crees que hay un impacto en la industria colombiana con la llegada de las modelos plus size y este proceso que ha venido desarrollándose en los últimos años?

Yo creo que Colombia, o en general, la corporalidad de las mujeres colombianas, es una corporalidad muy diferente a una corporalidad o a un cuerpo de una mujer europea. Yo creo que, por eso, lo que te digo yo creo que las cosas están cambiando. Yo veo que ya muchas veces hay muchos statements no solo de mujeres sino también de hombres diciendo como que las mujeres no son como las mujeres de pasarela. Yo creo que las cosas están cambiando, pienso que la industria nacional si se ha apropiado de eso, por ejemplo, el slogan de Leonisa: Leonisa es una mujer latina. Porque saben que su target no es una mujer europea, es una mujer latina. Yo sí creo que están cambiando las cosas, es un cambio difícil. Lo que te decía, los cambios no se ven de un día para otro, es un cambio lento y también es un tema muy político de qué cuerpo de mujer es lindo y qué cuerpo de mujer es feo. Pero vuelvo y te digo, ya estamos viendo más campañas alrededor de “acepta tu cuerpo”. Hace poco vi una de Dove.... Las cosas están cambiando, es un cambio que todavía tiene mucha resistencia y lamentablemente, en un país como Colombia que sí es un país muy conservador, obviamente países mucho más conservadores como México, estamos viendo un cambio, uno lento lento. Pero creo que ahí vamos, hay transformaciones interesantes, lo de Colombiamoda eso ya es algo grandísimo. Obviamente es triste tener que celebrar logros tan pequeños, pero yo creo que vamos ahí, porque no va a ser de un día para otro... no nos vamos a despertar y todas las tiendas van a tener tallas de 0 a 18, pero hay cambios y hay que celebrarlos.

E: ¿Crees que en el modelaje plus size hay como un plus o algo adicional que no tiene el modelaje convencional?

Yo creo que sí, pero sin embargo hay que pensar que es un tema comercial. Hace poco leía una entrevista de una modelo plus size... Ashley Graham... y ella decía que sí, que ella es una modelo plus size pero que igual se tiene que cuidar. O sea, no es lo

Libro de producción audiovisual - GORDA
mismo ser Ahsley Graham, que pesa no sé cuánto. Y que dice sí o sea yo todavía tengo que cuidarme y hacer ejercicio.... Entonces, yo creo que no hay que olvidar eso. Hay una presión muy grande por adquirir un cuerpo deseado, obviamente aquí una industria cultural que es la publicidad... hay muchos estudios que muestran cómo la publicidad muestra un tipo de cuerpo que nunca vamos a poder tener, así de sencillo. Sí obviamente son mujeres que deben tener un autoestima muy fuerte, pero creo que también es un ejercicio performativo en términos que ellas están mostrando algo para vender. Ahora, obviamente, venden esa idea de que uno tiene que ser segura, etc etc, pero sigue siendo un discurso de vender. Entonces, te volteo la hoja, qué pasa con las niñas que nunca van a poder ser así, que no pueden llegar a ser como Ashely Graham. Sí ellas tienen un statment de yo acepto mi cuerpo, pero también te están vendiendo una idea y hay una población que no lo va a lograr tener y ese es el juego de la publicidad, venderte algo que tú quieres tener y muchas veces no lo vas a lograr. Por ejemplo, el pelo perfecto, el cutis perfecto, el cuerpo perfecto.

8.6 Angie Díaz

Entrevistadora: Tú nombre y a lo que te dedicas.

Angie Díaz: Bueno, pues yo soy Angie Díaz, soy modelo de tallas grandes de la ciudad de Medellín. También represento el modelaje de tallas grandes en Colombia. Una de las primeras que empezó con este movimiento de tallas grandes y todo este movimiento de empezar a hablar de las medidas en el cuerpo de la mujer, empezar a cambiar esos estereotipos que de pronto la gente los empieza desde cuna a inculcar y ha creado obviamente fracturas emocionales ahí en todas las mujeres. También, Angie Díaz es una empresaria que tiene diferentes pues líneas en las que ejerce. Una de ellas es el diseño de interiores, otra es la confección textil, soy productora textil y tengo una marca de ropa dirigida y totalmente creada para la mujer en general. Es una marca que se pensó para ofrecerle a la mujer la moda, las tendencias y todo este tipo de prensas casuales e informales que se pueden utilizar, pero sin necesidad de decir solamente la tengo hasta la talla 10. Es una marca en la que tenemos desde la talla 6 hasta la talla 24, también tenemos desde la talla xs hasta la talla xl. Es una marca totalmente complementada y me parece súper bueno porque aparte de eso tenemos una opción súper buena que es darle al cliente la opción de hacer sus

Libro de producción audiovisual - GORDA
prendas exclusivas, con diseños únicos que ellas están obviamente haciendo parte de su vida y de su estilo.

Entrevistadora: Como productora textil y como consumidora, cómo ves la situación de la mujer plus en cuanto al mundo de la moda en Colombia en este momento.

En los videos musicales nos están vendiendo todos los días un tipo de mujer, son pocos los artistas que están interviniendo a hacer nuevos videos con mujeres diferentes. Hay variedad para todo, para todo hay variedad, pero considero que se ha perdido el respeto. Entonces, todas estas modas de fitness... porque la mujer de talla grande solamente debe ser "lollipop", no sé cómo se le diga, la mujer que tiene tatuajes. Todo este tipo de personas empiezan a crear una fachada para poder ingresar a la sociedad, y me parece súper feo porque realmente yo no debo aparentar para poder ser como soy y mostrarme tal y como soy. Sin necesidad de decir es que, si a usted no le gusta una mujer con sobrepeso, una mujer de tallas grandes entonces tengo que adelgazar. no, yo soy así y me gusta y estoy completamente feliz, tal y como soy; pero soy consciente que tengo una enfermedad.

El sobrepeso es una enfermedad y no hay que dejarla pasar por alto. Eso es lo que de pronto piensan muchas personas que se creen con autorización de juzgar y señalar, de lanzar el dedo y decir "es que por que usted está gorda, usted tiene un mal estilo de vida" y no, están totalmente equivocados porque realmente el hecho de que yo tenga sobrepeso no siempre quiere decir que yo tenga una mala alimentación, que no haga deporte, que no cuide mi organismo y que tampoco me cuide como tal. En mi caso tal, yo siempre digo: "yo me subí de peso porque sufro de la tiroides. Después de mi primer embarazo se me disparó, me subí 40 kilos que han sido totalmente difíciles de bajar". Son cosas que, muchas veces, cuando una persona lanza un

comentario, no se atreve a pensar más allá de lo que está diciendo o de pronto a recapacitar: "bueno, por qué lo voy a hacer. ¿Realmente le he preguntado a la persona por qué está así, realmente le he preguntado a la persona si se siente bien estando en la manera en la que está? o ¿solamente lo hago porque siento que ese no es mi ideal de belleza? Obviamente los ideales de belleza son infinitos, lo que a mí me puede parecer bello, para usted puede no ser bello y para lo otra persona tampoco puede ser bello. Pero de eso se trata la belleza, de que es única, de que es especial, de que es exclusiva y de que lo que tenemos que hacer es empezar a querernos entre nosotros mismo.

Cada vez que tú empiezas con ese tipo de autoestima, a fortalecerla, a fortalecerla y a fortalecerla, entonces obviamente van a cambiar todos los esquemas de cómo estás viendo la vida y de cómo te están viendo a vos. Porque es distinto cuando entras a un lugar y estás con la autoestima baja, tienes la mejor ropa del planeta tierra, tienes el mejor peinado pero venía con una actitud quebrada... obviamente la persona, individual o indiferente, a lo que vos estás vestida va es a ver tu autoestima y de una vez la ropa pasa a un segundo plano, el peinado pasa a un segundo plano y también va a pasar a un segundo plano los accesorios y todo lo que tengas puesto. Entonces ¿cómo te vas a ver? Emocionalmente, fea y ¿cómo te van a ver?, fea; porque lo primero que te van a decir es y ¿qué te pasa hoy, por qué estás así? Yo puedo llegar con unos tenis y cualquier blu jean o cualquier vestido: "¡Ole, qué más!", la percepción ya no va a ser fijada en el cuerpo sino en mi feeling como tal, en cómo soy, en cómo estoy representado mi manera de ser, no la que quieren que yo sea.

Es muy difícil este tema de tallas grandes en Colombia, porque Colombia no es un país que sea de una talla estándar y una talla enfocada. O sea, ahorita les hablaba de una talla estandarizada, Colombia no tiene un tallaje estandarizado. Lo que pasa con alguna marcas, ¿se pueden decir marcas?

Entrevistadora: Sí.

Angie Díaz: Bueno, hablemos primero de Studio F. Studio F es una marca, tiene su sector, tiene su público y está pensado para cierto público, pero qué pasa con gef, qué pasa con Tennis, qué pasa con diferentes marcas nacionales que son grandes y que

Libro de producción audiovisual - GORDA
no han empezado a producir las tallas grandes. La única que conozco, que es top, quees una marca ya reconocida a nivel nacional, que tiene talla hasta la talla 16; pero es que las tallas grandes no son hasta la talla 16. Las tallas grandes empiezan desde la talla 16 y van por la 18, 20, 24, 26 y en adelante. Obvio acá no hay mujeres que sobrepasen la talla 16, las hay, pero no muchas. Pero hay mucha población de mujeres que son de talla 20, 22 y 24 y no encuentran oferta para poderse vestir, no la hay. Y las ofertas que podemos encontrar, son ofertas demasiado apagadas. Son demasiado aburridas, son demasiado frías, son ofertas que nos quieren vestir de una manera como si nosotros tuviéramos 40-50 años, cuando hay tipo de público de diferentes edades y tipo de público para diferentes estilos de vestir. No están de pronto adoptando lo que es la opinión de lo que queremos nosotros, obvio si yo me voy y esto se los voy a decir porque es demasiado importante: yo me voy para un Studio F siendo una talla 10, digamos. Y llego con mi autoestima alto porque yo soy una talla 10, pero llego a Studio F y pido una talla 10 y no me pasa de acá (de la mitad de las piernas).

Realmente qué fue lo que pasó, que hoy en día en Colombia en Studio F, en todas partes y son muchas las marcas, están haciendo una violación, me parece a mí, a nivel personal. Y una falta de respeto hacia el consumidor. Primero porque destrozan autoestima reduciendo tallaje, y es algo que pasa en todas las marcas, la mayoría de marcas... No todas, pero sí la mayoría de marcas. Entonces, claro la que llegó con talla 10, se dio cuenta de que definitivamente la talla 10 no era la suya ya, sino es una talla 12 y una talla 12 imagínese la secuela emocional que empieza a verse y a sentir esa mujer cuando se ve al espejo en el almacén diciendo "me estoy metiendo en una tala 12, pero por dios. Soy una marrana, estoy gorda, no voy a comer, no voy a hacer esto, me va a tocar matarme en el gimnasio o mejor dicho recurro a pastillas que me pueden vender en el mercado que no sé qué consecuencias me traigan en el cuerpo o intervengo mi cuerpo con una cirugía", porque eso es lo que pasa. Realmente ¿qué están haciendo las marcas colombianas a la mujer a la hora de vender las tallas? Y no lo hablo solamente por las tallas grandes, porque, aunque es muy difícil, conozco demasiadas empresas que están empezando a salir hoy en día. Pero, vuelvo y lo repito, no hay tendencias, no hay propuestas de moda que se acentúen a lo que realmente queremos: moda juvenil, moda a la vanguardia, moda que se esté viendo

en tendencias en el mundo entero. Entonces, yo me quiero comprar un pantalón bota tubo, hasta la cintura, con lo huequitos acá y no lo encuentro. ¿Cuál es el tipo de pantalón que voy a encontrar?: el bota ancha o bota recta, todo liso y que viene con un fajón de cinco botones, cinco botones pasó hace años a la historia y entonces, qué propuestas hay para mí que me quiero ver juvenil... No hay.

De ahí se arrastran un tipo de secuelas emocionales para todos, lo que les contaba, porque no hay propuestas de moda, muchas mujeres no quieren salir a la calle y como no salen a la calle no tiene vida social y empieza el sedentarismo peor de cómo están en el momento. Empiezan a comer más, empieza toda la ansiedad, empiezan las tristezas, empieza la depresión.... Hasta el suicidio y realmente de dónde viene esto. Esto viene de los medios de comunicación, de las industrias como tal y no se está haciendo nada al respecto. Seguimos como si eso fuera algo que no tuviera importancia, pero desde cuna se está dando esto. Desde cuna se empieza a enseñar, empiezan a enseñar las mamás "es que si usted no es flaca hija, usted no se casa, usted no tiene marido, usted no es profesional, usted no es exitosa". Empezaron a enlazar la belleza con las medidas, cuando es algo que, irónicamente, me parece algo demasiado absurdo la manera en cómo uno le puede decir a un hijo desde pequeño que debe mantener la forma de su cuerpo o que debe tener su cuerpo tonificado o que debe dejar de comer para poder conseguirse un "marrano que la saque a vivir", porque así son, hablando literal y así hablo yo.

Muy difícil de conseguir, ataca mucho la parte emocional de las mujeres y no hay propuestas de moda. Es un tema que todavía está muy frío en Colombia, aunque se han visto muchas cosas, sí; muchos eventos, sí; pero todavía falta más respeto, falta más coherencia al pensar, falta un poco más de diversidad de pensamiento, falta un poco más de propuestas porque pueden haber propuesta de moda y las hay y las encontramos, pero son pequeños empresarios y pequeños diseñadores que decidieron empezar ellos solos y no hay oportunidades para ingresar a mercados de talles grandes...un pequeño diseñador o un pequeño empresario, porque no los dejan, no los dejan entrar a la industria. Es como si estuvieran vetados, como no están haciendo las propuestas de tallas regulares, entonces ya es algo como que "no, usted aquí no puede entrar". Pero realmente sigo insistiendo, qué pasa con las

propuestas de moda. Listo, de pronto hay un mercado que nos confecciona ropa de tallas grandes, pero propuestas no hay. No hay moda, no hay tendencia. Es maluco, es demasiado maluco.

Entrevistadora: ¿Qué herramientas crees que se pueden utilizar para reivindicar el cuerpo de la mujer y para luchar contra esa misma industria que nos está llevando a un camino totalmente alejado de lo que es la realidad colombiana en este tema?

Angie Díaz: Primero, la educación. Creo que la herramienta más fuerte es la educación. Educación en qué sentido... Educación familiar, en el hogar. Educación profesional. Educación propia. No quiero decir que siempre la educación se vea en centros educativos, la educación nace a partir de la casa y todos aquellos principios y valores que nos han, de pronto, empezado a inculcar desde un principio. De dónde nacen todo este tipo de fracturas emocionales, desde pequeños; porque se les ha olvidado a los padres, y acá hago un señalamiento demasiado grande, recalcar el creer en nosotros. Creer en nosotros, aceptarnos tal y como somos. La opinión que más vale, es la que tengamos nosotros. Los sueños si se cumplen y el respeto hacia los demás. Son cinco cosas que son pilares en la vida y que considero que toda persona que los siga, llega al éxito; porque si yo estoy segura de mí, si yo me acepto tal y como soy, si en mi casa me inculcaron a creer en mí... yo no tengo necesidad de maltratar, de opacar, de violentar, ni de envidiar. Cuando no envidio, soy feliz; si yo creo en mí, soy feliz; si me acepto tal y como soy, soy feliz y nada de lo que pueda pasar alrededor mío o de las cosas que haya al lado mío van a poder influenciarme, opacarme o maltratarme, porque vale más mi opinión que la de los demás. Por eso es que hay tantos abusos, por eso es que hay tantos casos de bullying. A mi hace poco me hicieron bullying y quién iba a pensar, era un caso terrible. Hasta la Fiscalía se metió y fue un caso súper feo porque fue un caso de modelos también de tallas grandes del país. Y lo hablo y lo denuncio y no estoy acostumbrada a que me violenten, porque tengo mi integridad y sé quién soy y sé quién valgo como persona, como mamá, como modelo, como mujer, como amiga, como hija y como dama que soy.

Considero que muchas veces lo que pasa es que... Hay una problemática muy grande y de eso es algo que yo hablo, de un proyecto que tengo que se llama "Perfectamente

natural". En este proyecto hablamos primero, sobre la mujer real. no es una mujer que solamente tiene curvas, porque todas las mujeres tenemos curvas. Diferentes tamaños, proporciones. Hablamos de la mujer natural y no porque se haya hecho cirugías o no, la mujer natural por su naturaleza, por su feminidad, por eso que nos hizo ser mujeres y que así hemos permitido muchas veces que la sociedad, que nuestras parejas, que nuestras familias, que nuestros amigos y que nuestras empresas o el puesto donde estemos vacilen nuestra integridad.

En "Perfectamente natural" hablamos sobre la mujer que se empodera de ser ella misma, de ser tal y como es, aceptándose, queriéndose, valorándose, tomando decisiones y riesgos y asumiéndolos. Pero primero que todo hablamos sobre el respeto que nos tenemos hacia nosotros y hacia las demás mujeres. Llegamos al punto de que... el tema principal de "Perfectamente natural" es la violencia que nos hacemos entre nosotras las mujeres, una violencia que se ve a diario que se empieza a ejercer desde una y que la aceptamos y somos violentadoras y víctimas. Al día podemos estar haciendo eso, ese tipo de influenciador, dos o tres veces. Yo puedo ser víctima dos o tres veces al día y puedo ser victimario dos o tres veces al día. Se preguntarán por qué, ¿cierto? Cuando salimos a la calle y nos estamos reuniendo con unas amigas o estamos con una amiga y pasa "fulanita de tal" o cualquier otra: "¿viste cómo llevaba el pelo?, parecía una ballena, casi pasa rodando o se hizo silicona, ¿quién sabe por qué se hizo la silicona, quién sabe quién le dijo, mínimo esa esta jummm". Y empezamos a agredir a las personas sin conocerlas y nos empezamos a tirar duro entre nosotras mismas y por qué esa envidia entre nosotras las mujeres si nosotras deberíamos ser como los hombres que todos se tapan con la misma cobija y están cortados con las mismas tijeras. Yo no entiendo por qué las mujeres nos damos tan duro y es una violencia que alrededor del 60% de la población colombiana, la violencia que le hacen a la mujer, la hace la misma mujer. Y estamos, aun así, haciendo y medios publicitarios y pancartas y un resto de cosas para mostrar la violencia que el hombre nos hace nosotras. Pero realmente la violencia más cruel es la de nosotras mismas y no es castigada: ácido, peleas, haladeras de pelo.

No sé si han visto las noticias y se dan cuenta de los casos que hay a las salidas del colegio de las niñas mechoniándose y dándose y casi empetotándose por un hombre

o por lo que sea. Abusos en las redes sociales, estamos hablando de abusos también la familia: la mamá violenta a la hija diciéndole todos los días que es una marrana, que es una cerda, que está muy gorda, que mire como es "fulanita de tal", que ella si es bonita. Todo ese tipo de agresiones se ven a diario y ahí están y qué se hace al respecto: nada. Entonces, claro cuando hay ese tipo de agresiones, el conflicto interno de la mujer es totalmente cruel. Por eso es que tener 40 o 50 mujeres en un solo espacio es totalmente difícil, es algo que... es como si fuera una bomba atómica a punto de "bum", de explotar, porque todas tenemos opiniones diferentes y porque todas estamos siempre criticando, rajando, peleando, juzgando. Todo este tipo de cosas muchas veces lo que hace es opacar la opinión propia que tiene la mujer en su punto de ser una mujer. Es jodido, es un tema demasiado jodido.

Hablamos sobre los abusos en las redes sociales, son terribles. Vemos que todo este tipo de mujeres de tallas grandes no son aceptadas. Hablamos de envidias en el nivel empresarial y estamos hablando en todo este tema del modelaje hay mucha envidia. Yo fui víctima de eso, lo que les contaba, fui víctima de una parte de diferentes modelos de tallas grandes de acá del país que me violentaron. Empezaron a decir cosas que no eran, empezaron a maltratar mi dignidad, a maltratar mi parte psicológica. Yo una mujer con dos hijos, empresaria, negociadora internacional, mamá, hija, esposa, todo lo tenía muy bien posicionado. Estaba haciendo lo de "Perfectamente natural" ayudando a las demás y terminé siendo víctima de lo que hablaba. Duré tres meses en los que no quería salir a la calle, así fue. Hasta que un día, de verdad me puse como yo por qué tengo que aceptar todo esto, voy a denunciar y es que eso es lo que tiene que hacer la mujer: denunciar. ¿Por qué qué pasa con el agresor? Si yo dejo que me siga violentando física, mental, psicológicamente, emocionalmente, ese violentador lo va a volver a hacer así va a pasar. Y ahora vean la otra cara: si yo llego y me le enfrento al agresor, ese agresor lo va a pensar la próxima vez que quiera volver a atacar, porque va a saber que tiene dos opciones. Ya fue denunciado una vez o fue de pronto confrontado una vez y para la segunda vez, no sabe qué pueda pasar. Es empezar a frenar este tipo de abusos denunciando y es que no hay que dejarlos pasar, sea porque le digan no es que ese cuentico de que a usted no le importa, es que eso no tiene importancia... No, sí tiene importancia,

porque cuando las cosas se callan, realmente cambian la manera emocional de uno. Lo empiezan a doblegar, lo empiezan a uno a bajar la autoestima y realmente todo este tipo de cosas son las que uno dice: "¿realmente estoy dispuesta a que me violenten, realmente quiero eso para mi vida? Son cosas que... yo les digo mucho a las mujeres: ¿es necesaria la opinión de las demás personas en cuanto a su físico, se siente a gusto con su físico, está feliz con su cuerpo, agradeciendo por lo que en estos momentos tiene cómo es?

Las tallas grandes es algo digamos efímero, yo puedo hacer una dieta, o hacer demasiado ejercicio o me puedo controlar un tiempo y puedo adelgazar, pero las marcas quedan. Quedan los pasados, quedan los maltratos, quedan las felicidades, alegrías o lo que usted haya vivido, todo queda acá y la esencia nunca va a cambiar. Pero yo les recomiendo, si quieren hacer un cambio ojalá no sea un cambio apresurado, sea un cambio con concientización, sea un cambio por decisión propia y no por influencia de terceros, o sea: "mi esposo me está diciendo que soy gorda, mi familia me está diciendo que yo soy gorda y entonces no veo que más hacer porque de verdad he hecho muchas cosas, pero de verdad no puedo adelgazar, entonces me voy a tomar unas pastillas o me voy a hacer una cirugía en cualquier sótano de casa".

Los medios a mí me venden una figura, pero eso no representa mi vida, qué es la belleza o qué es mi belleza o lo que me hace sentir segura o lo que me hace sentir bella. Entonces, hay que tener eso muy en claro. Obviamente el llamado está a que empiecen a cambiar paradigmas, empiecen a respetar porque no somos ni "gordibuenas", no somos gordas, no. Acá somos mujeres con sobrepeso, somos mujeres de tallas grandes, mujeres totalmente reales que están pidiendo a gritos cosas y que no les están colocando atención. No estamos buscando inclusión, porque ese cuento jodido ya me lo tienen hasta acá, inclusión es cuando yo estoy por allá y no me dejan y tengo mis derechos mejor dicho privados y yo necesito sacar y de verdad decir yo quiero trabajar, yo quiero hacer esto, yo quiero ser mamá. No, acá nosotros somos incluidos en la sociedad desde el momento en que nacimos, tenemos un registro y un número que nos identifica. Ya estamos incluidos en la sociedad, acá se basa es de que nosotros estamos buscando es un respeto, como todo. Un respeto hacia mi belleza única, hacia mi individualidad de ser, mi pensamiento y mi manera

de cómo soy, como yo quiero que me traten. Todo, absolutamente todo se basa en el respeto, donde no hay respeto no hay nada.

Yo tuve una experiencia muy, muy fea. De hecho, jamás pensé que pudiera ser una modelo, porque al principio de lo que yo era...Yo nunca fui una mujer delgada, realmente. Fui una mujer que siempre me identificaba con mis amigas y todo eso porque yo era un poquito más grande, curvilínea. Pero nunca fui muy delgada, entonces yo no sé lo que es ser flaca, pero pues sí me metía en una talla 12 o 14 más o menos. Claro cuando yo estaba en Cúcuta, yo quería ser modelo y me fui a ver. ¿Y qué fue lo que me dijeron a mí? "Usted aquí vaya pa allá, usted no puede, usted está gorda". Ahí todas las ganas de ser modelo se me murieron y dije "yo no sirvo para eso". Seguí mi vida normal, me vine para Medellín, empecé a vivir acá y a hacer todo, me gradué y quedé en embarazo de Juan Sebastián y ahí fue cuando mi vida se dividió en dos: primero, por ser mamá y segundo, porque me engordé 30 kilos. No sabía por qué, en ese momento no sabía que se me había disparado la tiroides. Entonces, claro al pasar todo eso, yo empiezo a car emocionalmente y me empieza a dar depresión pos parto.

Cuando yo quise ir a trabajar, en una entidad bancaria me dijeron, así sin dolor, "todo está excelente pero su sobrepeso nos daña la imagen corporativa de la empresa". Me anularon, caduqué y moría. Ese día sentí que yo no era nada, que yo no servía para nada. Realmente me dijeron que, por ser gorda, no podía hacernada, no podía salir, no podía tener un trabajo, no podía vivir. Es algo complicado, porque yo todavía pienso que es imposible que todavía estas épocas en las que estamos se utilicen algo así y pase todavía esto. La anulación fue tremenda, porque me duró un año completo al punto en que hoy en día, a las 3:00 a.m., como si me hubieran prendido el foco me pregunté "¿de verdad voy a permitir que nos sigan tratando de esa manera?" Ahí empezó la marca de ropa que yo tengo. Esto tiene que cambiar, la forma en cómo nos ven, la forma en cómo nos están vistiendo, la forma en cómo nos están dando opciones para vestir, la forma cómo nos están tratando fuera de la casa. Esto tiene que cambiar.

Comencé con mis prendas, nunca pensé en ser modelo. Hasta que un día me dijeron unos amigos: "usted vendiendo ropa para tallas grandes y usted nunca ha pensado

en ser la imagen de su marca". Ese día hasta me reí y dije "cómo voy a ser la imagen de mi marca si no ve lo que me dijeron: "usted está loca, yo para eso no sirvo. Yo sirvo es para los números, para negociar." Accedí a tomarme las fotos, fotos que gustaron demasiado y fotos que empezaron a circular. Y pues ahí empieza todo el tema del modelaje. Pero ¿por qué no modela?, ¿por qué no hace esto? Y dije "pues sí por qué no nos damos la oportunidad, qué es lo peor que puede pasar... Que me cierren la puerta y me digan "no" y que otro me diga que sí". Y lo hicimos y empiezan los fotógrafos, las marcas de ropa a llamarme y empiezan también las personas a conocerme y un cambio emocional en mí, porque eso fue un cambio que me subió mucho más la autoestima y que yo digo que me empoderó, me empoderó de decir esta es la Angie Díaz, estaba viviendo ser quien quería ser, porque mi Angie Díaz no se trataba de las tallas sino de mi seguridad, de cómo yo me expresaba, me relacionaba, de qué era lo que yo quería lograr.

A las niñas que quieren ser modelos de tallas grandes qué les recomendaría yo... Primero, si usted de verdad quiere ser tallas grandes es porque usted está consciente de que ama, acepta su cuerpo tal y como es y se valora y se respeta tal y como es usted, porque en este mundo se reciben propuestas de todo tipo: buenas, no tan buenas y definitivamente, ni hablemos de eso. Entonces, hay que tener en claro eso y hay que tener un autoestima como un roble para la integridad, porque acá todo el mundo lo va a querer usted desintegrar. Yo ya estoy preparada para eso, de hecho cuando fue el Plus Size Fashion Weekend de Bogotá, estuve modelando y eso fue tétrico porque en las fotos que me hicieron... un reportaje en la prensa española, me hicieron un reportaje que salió en todos los periódicos nacionales y era yo la que salía en la portada y se veía celulitis, pero cómo no iba a tener celulitis si soy una mujer con sobrepeso y decían "que asco esto, debería morirse, cómo va a ser capaz de ponerse eso". Pero no es que yo realmente me siento bien con los shorts y salgo así, si a usted no le gusta no es mi problema y ya, es el mío, es mi cuerpo. Que sí hay unas cosas que yo digo hombre para poder vestir usted debe tener en cuenta que los shorts no se pueden utilizar para todos los días.

Yo a todas las mujeres les digo: "usted puede utilizar puntos, rayas, estampados, combinaciones, tacones, tenis. Usted puede utilizar todo lo que usted quiera, pero

debe ser en la talla correcta, en su talla. Ni una talla más, ni una talla menos. Porque si usted utiliza mucho, va a parecer un costal y si utiliza menos va a parecer un tamal. Entonces, ni lo uno ni lo otro. Vamos a vernos como es, como yo me quiera vestir pero con la talla correcta. Y segundo, menos es más. No me recargó y sé qué mostrar".

E: Muchas de las mujeres de tallas grandes no se saben vestir, ¿por qué? Porque creen que para poder verse delgadas tienen que tener la ropa apretada y no es así. Ni ancha ni apretada, lo que les decía, debe ser una talla ideal, la talla que es de uno. Y la violencia no es solo para las mujeres con sobrepeso, la violencia es para mujeres delgadas, mujeres de color, mujeres de baja estatura, mujeres de baja estatura.

Angie Díaz: Con el tema de Colombiamoda. Colombiamoda es un evento totalmente proporcionado en grandes magnitudes hablando de confección textil, diseñadores, tendencias. Hablemos de todas esas modas y todas esas propuestas que están empezando a sacar, pero que realmente yo digo "hombre no hay propuestas para nosotras, cierto. Obviamente, una mujer que va salir en una pasarela en Colombiamoda con cierto tipo de vestido, o cierto tipo de diseño, usted no la va a ver en la calle así, ¿no? ¿Qué pienso de eso? Primero que el diseñador puede ser demasiado creativo, pero hay límites para la creatividad, de verdad para uno hacer propuestas que le sirvan a todas: desde una talla xs hasta una xxxl.

Colombiamoda no está preparada todavía para ingresar modelos de tallas grandes a nivel textil. O sea, estoy hablando de modas de vestidos, de jeans... Todavía no está preparada ni siquiera psicológicamente para sacar en una pasarela unas siete mujeres desfilando tallas grandes. Primero, porque considero que todavía esas ataduras mentales sobre el físico están muy arraigadas y segundo, porque también considero que hemos dejado perder los valores. Lo que les hablaba yo ahorita. Entonces, nos dejamos influenciar tanto porque la modelo debería ser de tal madera, que la mujer de tallas grandes pasa a un segundo plano para esto. ¿Qué me gustaría? Primero, invitar obviamente a todo Inesmoda, invitar también a todos los productores nacionales... Bueno hablemos porque es que Estados Unidos y Europa ya tienen un mercado totalmente posicionado en las tallas grandes, pero acá no lo hay. Entonces la que quiere comprar pues si tiene la opción de viajar a Estados

Unidos a Europa o España a comprar ropa, pues lo puede hacer y la trae. Pero realmente, la mayoría de ropa de tallas grandes es importada, acá no hay producción y por el simple hecho de que llegan y dicen "no es que me sale muy costosa", entonces ya quieren vender una prenda en \$400 mil o en \$300 mil, un blujean \$200 mil. Son prendas demasiado caras, uno tiene en cuenta que son más metros de tela, pero la confección es la misma. Puede incrementar un poquito, pero no tan exagerado para que si van a hacer algunas propuestas la gente no las pueda acceder. Lo que te decía son las tendencias, no hay tendencias. Colombiamoda todavía no está preparada para que lleguen así, porque así nos van a decir cuando llegemos, para cuando lleguen las gordas a hacer la revolución de la moda. Nosotros no somos una moda, como dicen ellos "que nosotros estamos de moda, las mujeres con sobrepeso y las plus size están de moda". No, nosotras estamos aquí hace muchos años, antes de mí hubieron miles de mujeres que también quisieron luchar por eso, miles de mujeres que se sintieron inconformes a la hora de vestir, miles de mujeres que se sintieron inconformes por la manera en como eran tratadas por su cuerpo y qué se hizo... Nada. Ha pasado el tiempo y que de pronto han cambiado algunas cosas, sí... pero falta más, falta mucho más.

Hasta que los medios de comunicación no empiecen a hacer ese cambio, porque es que si vemos una novela no va a salir siempre una gordita, la mayoría son delgadas y siguen asociado una delgadez con la belleza cuando no es así. Yo considero que hoy en día hay pocas actrices que son de verdad de tallas grandes, yo las que conozco en estos momentos: Conny Hernández, la Gorda Fabiola... pero falta más, faltan más mujeres representativas. Y lo que digo, sigo insistiendo con el modelaje, para que se dejen de engañar: las mujeres de tallas grandes son las empiezan a partir de la talla 16, la talla 14 son las mujeres curvy, la 18 y 20 son las plus size y las tallas 22, 24 y 26 son tallas xxl o sea mujeres de talla extra extra grande. Ahí estamos hablando... Yo no sé si ustedes vieron la campaña de tallas grandes que sacó Calvin Klein, pero las tallas grandes eran no tan grandes, eran talla 10. O sea realmente eso no es una talla grande y considero que todavía, como les digo, Colombia no está preparada para aceptar a la mujer de tallas grandes a nivel industrial, a nivel de medios de comunicación, a nivel de industria de la moda, de industria de la música.

Ya empezamos un proceso de cambio, proceso de cambio mental y que dejen de inculcarle a las mujeres y a las niñas eso es ser malo, no eso no es ser malo. Primero todo se queda en el doctor, tener sobrepeso no nos hace ni menos ni mejores personas, tener sobrepeso nos hace ser personas como cualquier otra... siempre y cuando nos cuidemos la salud. Estar chequeándonos en el doctor, estar comiendo de una manera adecuada, estar ejercitándonos... pero ante todo la parte mental es muy fundamental. La parte emocional es muy fundamental, si no se acepta tal y como es, no vaya a cometer locuras.

El modelaje de tallas grandes acá todavía está muy crudo, falta más, pero de a poquito se va saliendo se va mostrando un poco más de esto. La idea es cero rinconeras y envidias en el trabajo, porque es complicado y se da todavía mucho, así como se da con la mujer de talla estándar, mucha envidia.

8.7 Liliana Navia

Soy diseñadora y me dedico básicamente al trabajo sobre medidas, tengo una tienda en Jamundí y tengo tres puntos de venta en Cali. Me dedico sobre todo a hacer ropa sobre medidas porque las mujeres no siempre cazamos dentro de una talla, hay mujeres que tienen una talla en la cola, otra en la cintura y otra en el busto. Las mujeres de tallas grandes o tallas plus son supremamente agradecida cuando las ponemos frente al espejo, cuando realzamos las cosas positivas que tienen de su silueta y les ayudamos a atenuar las cosas que ellas no aman, haciendo un diseño propio para ellas. Es un trabajo que desarrollo desde hace cerca de 20 años con muchísimo gusto, es muy agradable poder vestir a una mujer que de pronto sus bubis no caben dentro de lo que es oficialmente una talla o que la talla no es compatible con esta.

Previamente les estaba contando que la ropa que hacemos como diseñadores para poner en una pasarela, desafortunadamente no la vendemos y no la vendemos por qué, porque las tallas que se hacen para una modelo, que usualmente son talla 6 de

grosor, pero como 14 de largo... no le quedan buenas a ninguna clienta a casi ninguna clienta. Es la razón por la que no se vende.

Entrevistadora: ¿Tú crees que las tallas de ropa que se venden convencionalmente son hechas para " mujeres reales"?

Liliana Navia: Con esto hay una dificultad y el hecho de que no haya muchas empresas dedicadas a producir tallas plus es un problema de autoestima de la clienta. La cliente que se siente gorda o que se siente muy bustona o que se siente que su derrier no le cabe en el pantalón, no es una mujer consumidora de moda. Cuando usualmente una mujer pasa por una cirugía estética se vuelve una consumidora de moda impresionante. El cambio que siente una clienta mía cuando está pasada de peso, de kilos de sobrepeso o cuando su medida abdominal es grande y decide someterse a una cirugía estética, en cambio en el consumo es impresionante. Ella se empieza a sentir digna de ponerse lo que haya, de mandarse a hacer lo que quiera. Realmente el concepto equivocado que se le ha implantado a las mujeres respecto de una medida específica les ha hecho muchísimo daño. Es importante aprendernos a querer, aprendernos a amar como estamos y como somos. No voy a decir yo con eso que no debemos cuidarnos, que no debemos tener una alimentación alternativa, que no debemos consumir gran cantidad de agua o salir a hacer ejercicio o abandonar un poquito nuestra vida sedentaria. Pero de verdad, de verdad que es muy importante aceptar nuestro cuerpo, mirarnos al espejo y sentir que somos absolutamente bellas y hermosas y sentirnos dignas de ponernos cosas. Es importante leer o asesorarse un poco, respecto de las formas que tienen los cuerpos para así mismo vestirlos.

Yo, en mi tienda, tengo un reloj de arena. Y siempre digo que la silueta de la mujer es como un reloj de arena. Que a veces el reloj tiene más arenita acá abajo y lo que tenemos que hacer es ponerlo para que caiga más arenita arriba. Eso lo podemos hacer usando prendas dependiendo del cuerpo. Es equilibrar, como una proporción geométrica, porque el cuerpo femenino es una proporción geométrica, entonces hay que balancear el arriba y el abajo.

El tema de los 90, 60, 90 es un mito, es una mentira y es que les diría yo... es un maltrato a la mujer. Realmente eso no existe, ni siquiera las reinas tienen esa medida. Una modelo, usualmente tiene en el busto 82, en la cintura 64 y en la cola 96. Una modelo que es talla 6 es supremamente delgada, es imposible que una niña que vaya a Cartagena tenga 90, 60, 90. En mis 20 años de trabajo, jamás he tenido una mujer con 90, 60, 90 así tenga 20 cirugías encima, la proporción no sería real, porque las mujeres tendemos a ser un poco más anchas de caderas que de busto.

Entrevistadora: ¿Cómo sientes que las mujeres tallas grandes y los modelos están metiéndose en el mundo de la moda comercial por lo menos en nuestro país?

Liliana Navia: Bueno, yo creería que hay que hacer una diferenciación de zonas geográficas. Previamente les contaba que en el espacio donde me yo me muevo, que es un Cali, Cali se volvió la capital de las cirugías estéticas y allá sí es muy difícil ya ver una mujer sin cirugías estéticas. entonces, definitivamente las tallas plus se están viendo obligadas a tomar en cuenta un tratamiento para bajar de peso, para mejorar sus hábitos alimenticios o definitivamente tener que acceder o empeñarse en endeudarse con un banco para pagarse una cirugía. Por fuera de Colombia pues uno ve que hay... que se están poniendo en tendencia una modelo de tallas grandes o de tallas plus y si nos fuéramos a la realidad y tú te pones a preguntarle a los hombres: "¿les gusta esta mujer delgada o esta mujer con curvas y más rellenita?", de seguro que los hombres que los hombres van a decir que les gustan las más rellenitas que las muy delgadas. Pero en la cabeza de las mujeres ... Y les estaba contando previo que en Cali se da muchísimo que las mamás les ofrecen a sus hijas como la gran panacea una cirugía estética de regalo de 15, diciéndoles desde ya, desde su adolescencia que su imagen con la que nacieron, con la que están no es apta, no es aceptada y que la opción no es pasar por una dieta ni mejorar hábitos alimenticios sino pasar por quirófano y realmente es muy falto de ética el médico que es capaz de hacerle un procedimiento estético a una chica de 15. El cuento de las tallas grandes es más tema de medios de comunicación y de aceptación personal de cada una, de que sí o de que no.

Entrevistadora: leíamos alguna vez que las pasarelas las hacen con mujeres delgadas porque la ropa se ve más bonita en mujeres delgas. Quería saber tú qué piensas sobre eso.

Liliana Navia: Mira que yo no creo eso, yo creo y les digo siempre a mis clientas que lo fundamental para lucir muy bien un vestido es que uno tenga identidad con el vestido, que a uno le guste lo que se ha puesto, que uno se mire en el espejo y uno diga "este vestido es para mí. De pronto por eso me va tan bien en mi trabajo, porque te sientas con una clienta y de una vez le dices" mira esta parte de tu cuerpo es bonita, esta la podemos resaltar, esta la podemos menguar haciendo esto". Y cuando la clienta logra ponerse en el espejo con un vestido hecho para ella, realmente es una experiencia fantástica. A mí personalmente no me gustan las modelos.... o sea, es que son una tragedia. Tú casi que tienes que hacer tu colección para ellas y realmente están desfasadas de la realidad de lo que es una mujer.

8.8 Pamela Díaz

E: ¿Por qué decidiste modelar?

Bueno, hace muchos años, pues desde niña, siempre me había gustado el tema del modelaje, pero digamos que la industria no dejaba que mujeres de nuestra talla estuviéramos en las pasarelas, en la fotografía, en la publicada o digamos en los medios de comunicación cierto. ¿Entonces hace unos siete años en el mundo empezó todo este boom de las mujeres de talla grande y pues yo dije "por qué no?". Pero pues todavía estaba como muy insegura, ustedes saben, la talla y todo esto. Entonces en una entrevista que yo hice a una modelo que se llama Alejandra Orozco, que es caleña, me dio como el impulso para hacerlo. Me dijo ¡por qué no te haces un book?, ven, tú eres muy bonita, estás joven, hazlo, ¡por qué no te atreves. Y, resultó siendo una maravilla porque desde hace tres años vengo trabajando. Obviamente el año pasado no me quedó mucho tiempo o que el trabajo no me dejaba entonces me tocó rechazar varios contratos, pero digamos ahora que tenemos agencia que se llama

Plus Fashion Agency, que nos representa y es la primera en Colombia dedicada al modelaje de tallas grandes, me dio más confianza y dije, hagámosle con toda y aprovechemos este momento que está el boom más fuerte y pues en Colombia está naciendo y siendo un poco más estable el asunto.

E: ¿Además de modelar, tienes otro oficio?

Yo soy periodista y comunicadora social de profesión. Yo trabajaba en la casa editorial El Tiempo. Y bueno, digamos que tenía que escribir y hablar sobre cirugías plásticas y dietas. Iba muy en contra de lo que yo profeso, digámoslo así, por lo que quiero luchar, por la autoestima de las mujeres, entonces digamos que iba en contra vía a lo que eran mis principios. Entonces decidí como darme un orden y por eso renuncié y empecé a dedicarme a eso. Obviamente tengo una empresa también como independiente dedicada a la publicidad con mi esposo en diseño. Lo que pasa es que del modelaje acá en Colombia no se puede vivir plenamente, entonces digamos que los negocios como independiente también me funcionan muy bien mientras digamos que puedo vivir más del modelaje.

E: ¿Tú crees que, en nuestro país, en el contexto en el que se vive, es difícil ser una mujer gorda?

Los que ha hecho difícil el asunto es la industria, los medios, la publicidad y las marcas que no traen tallas -digamos- más de 10, 12, que a la final son 10. El 12 es 10 y así van bajando. Eh, y hasta ahora se está abriendo otro mercado y otras nuevas marcas como BBW, que está, digamos, a la vanguardia y que quiere que las mujeres nos sintamos empoderadas desde lo que nos ponemos hacia afuera. Entonces hay que cambiar el concepto, hay que decirles a las mujeres siéntanse libres, seguras, felices con lo que son y no se abstengan así el mundo entero te esté diciendo "no, si no eres flaca no eres feliz". No, La realidad actual es otra, distinta.

E: ¿Tú crees que en el modelaje plussize hay retos específicos?

La industria. El meternos a las pasarelas. El meternos a las marcas, en que nos llamen para comerciales, así como, que podamos competir en el mismo modo con las modelos convencionales o reglares, pues que llaman, Y podamos estar a la par de ellas. Digamos que no nos podemos truncar ni como modelos ni como mujeres.

E: ¿Tú crees que esto tiene un efecto sobre las personas que lo ven?

Se sentirán más identificadas. Yo creo que el promedio de la mujer latina y colombiana no es una mujer delgada y alta. El promedio de la mujer colombiana es caderona, piernona, de busto grande, acuerpada, y hasta bajita. Entonces si nos ven a nosotras se van a sentir identificadas y se van a sentir más seguras cuando salgan a la calle, cuando vaya a comprar rompa. Digamos que eso es también lo que estamos haciendo, esto es empoderarlas a través de la moda, que es lo que siempre nos ha afectado en la industria.

E: ¿Cómo es esa industria, en cuanto a oferta?

Está tratando de cambiar. Está tratando de cambiar. Más diseñadores se están volviendo consientes del asunto. Están trayendo conceptos del exterior porque acá digamos que están muy cerrados todavía. No sé por qué. pero están cambiando y están haciendo su mayor esfuerzo. Y creo que vamos para delante de a poquitos y de grano en grano vamos haciendo todo un panorama diferente.

E: ¿Qué se necesita para que el cuerpo de la mujer colombiana sea aceptado cómo es?

Que la sociedad cambie el chip. El pensamiento de la gente hace que uno se sienta. O sea- yo ya no me siento la- pero que el común denominador sea sienta afectado. Es cambiar el chip y que los medios empiecen a hacer. Es decir, es como un afrodescendiente no tiene por qué sentirse mal porque le digan algo, alguien racista.

No podemos sentirnos mal porque en los medios o en la publicidad nos sesguen como gordas.

E: ¿Cuál crees que es el estereotipo de mujer bella en este momento en Colombia?

Una mujer bella es una mujer que salga con la actitud bien puesta. Con una sonrisa, que se crea el cuento. Es una mujer hermosa, que se mire todos los días al espejo y sepa lo que tiene. que es lo que dios nos dio y que es lo más bello por ser mujeres simplemente. El hecho de ser mujeres ya nos hace bellas.

E: ¿Alguna vez sufriste de Bullying por el hecho de tener ‘tallas de más’?

En el colegio los comentarios desde niña no faltaban. Yo desde niña he sido grandota, O sea, no obesa pero sí grandota. ¿Entonces obviamente el comentario de “se toma la sopita”, “se va a comer todo eso?”, era muy arto. Y sobre todo cuando uno está en la adolescencia. en ese proceso que uno no entiende y uno no acepta. Y uno quiere ser la flaca de la revista. Es muy duro. Entonces sí fue muy agresivo, los compañeros del colegio. En la universidad ya lo dejé de lado. Pero sí hubo muchas cosas que uno empieza a pensar, muchas dietas, muchas vainas que uno quiere ser flaca sin tener en cuenta que la contextura o la estructura ósea de nosotras es muy distinta. Pero sí, el bullying sí estuvo en mi infancia pero pues ya superadísimo.

E: Hemos encontrado que el modelaje plus size tiene como un componente que no tiene el modelaje convencional que es como impulsar a las mujeres al amor propio. ¿Crees que eso tiene un efecto real?

Sí, es muy real. Nosotras estamos haciendo una empatía muy fuerte por demostrar que si nos aceptamos a nosotras mismas también podemos aceptar a las otras, y hasta vincularlas emocionalmente. O sea, ser amigas. Porque de esta manera también hacemos que las mujeres se sientan seguras con otras mujeres, que dejemos

de criticarnos, dejemos de juzgarnos, porque a la final somos un mismo género que está dando vida, está dando felicidad, está dando belleza. Entonces digamos que eso es lo que desde el modelaje en la vida real estamos logrando.

E: ¿Tú crees que nos eventos como las PSFW son necesarios? ¿Se tienen hacer eventos exclusivos para mujeres de tallas grandes?

Ese tipo de eventos impulsan y ayudan mucho pero no. No deberían ser exclusivos. Yo creo que nos tiene que llamar también un Colombiamoda. Que podamos hacer de esas modelos, de ese staff de modelos que ahí llaman para presentar prendas de determinada marca. Porque alguna mujer que vaya a ver esa pasarela o que la vea en televisión querrá ponerse eso mismo. Entonces que nosotros podamos mostrarle cómo se va a ver en su talla. Entonces no debe haber eventos solo exclusivos. Aplaudo este tipo de eventos, pero creo que debemos involucrarnos en eventos que ya están creados y no inventarnos más solamente para plus size sino para talla regular también.

E: ¿Tú crees que hay características que definen a la mujer gorda?

Lo que pasa es que en la sociedad nos tienen catalogadas como una mujer que no hace dieta. 'Ay, no. Usted no hace dieta porque pues para qué'. Y eso no es así. Nosotras también nos tenemos que cuidar, nosotras nos alimentamos muy bien, no solo por mantener algo físico, sino por salud. Necesitamos hacer ejercicio porque no podemos estar flácidas, o sea, digamos que son características iguales a las de una modelo igual. Entonces es mantenernos bellas, en forma. Lo primordial para mí es la actitud y una sonrisa.

E: ¿A qué restos nos estamos enfrentando como sociedad en cuanto al modelaje plus size?

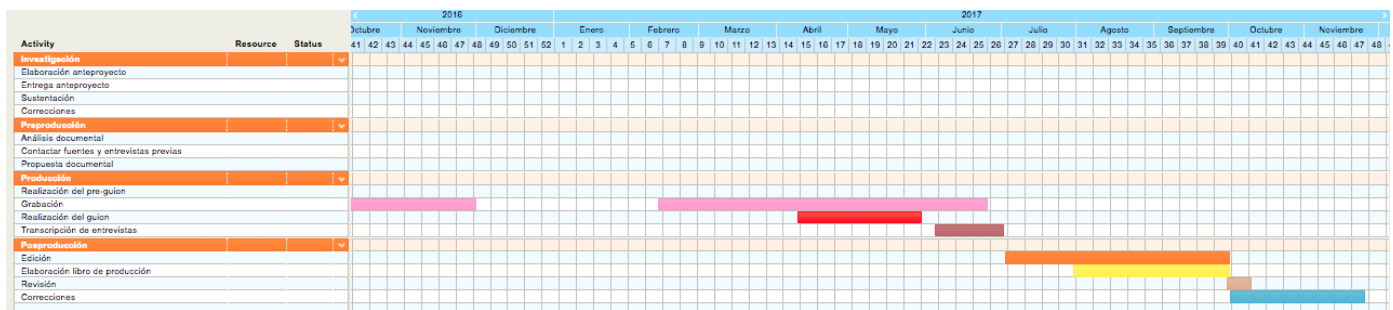
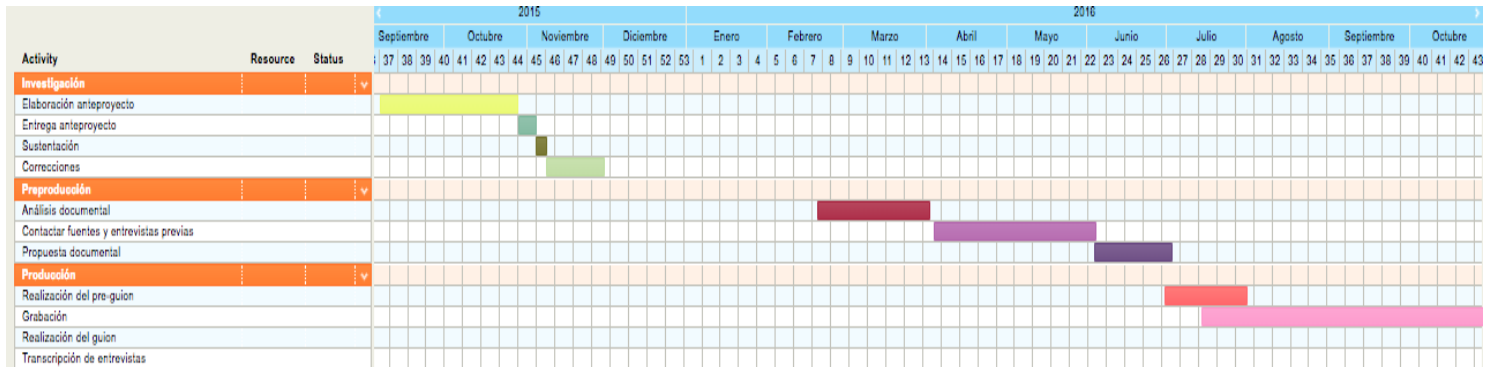
Nosotras tenemos una formación en la agencia en pasarela, fotografía, en coaching, que nos saca lo de adentro para afuera. O sea, creernos el cuento de que de verdad somos modelos y no somos mujeres normales sino nos estamos formando para ello.

Y es cambiarle, es que desde eso nosotras comencemos a cambiarle el chip a los demás. Como la manera de pensar debe cambiar, pero es un proceso. Digamos que estamos lográndolo a través de los medios de comunicación. Para que no nos vean como 'uy, sí. la gorda'. No. Es una modelo. No debe ser juzgada como gorda/flaca, es una modelo y tenemos que estar a la altura de las demás.

E: ¿En qué talla está la belleza?

Está en talla XL. Yo no sé. La belleza no tiene talla. No tiene medida. La belleza está en una mujer. Eso es lo que yo puedo interpretar.

9. Cronograma de trabajo



10. Lista de créditos

Dirección, producción, cámara, guion, edición y montaje:

Daniela Amórtegui Martínez

Andrea Torres Perdomo.

Director de tesis: Steven James Grattan

Personajes:

Ana María Angulo

Pamela López

Ana María Paternina

Sonia Vanegas

Música:

Pistas de uso libre Creativa Commons (Jamendo.com)

Night Free-Sweet World Music

Night Surround-Ajey Satori

Paranoid (Original Mix)-Avanea

Slip and SLIDE (dj Kryve Remix)- Micha Moore

We got the love- The Moose

Agradecimientos:

Nuestras familias

Plus Size Fashion Weekend

AMA Tus Curvas

Plus Fashion Agency

BBW

Gordisbellas

Laura García

Gina Torres

Iván Rodríguez

Trabajo de grado

Periodismo y Opinión Pública

Escuela de Ciencias Humanas

Universidad del Rosario

© 2017

11. Cesión de derechos de imagen y autor

Formato de cesión de derechos

Contrato de cesión derechos de imagen

Yo, Ana María Angulo identificado con cédula de ciudadanía # 55305721 de Barranquilla, en mi condición de entrevistado, autorizo a: Daniela Amórtegui y Andrea Torres dentro del proyecto ¿En qué talla está la belleza? de producción audiovisual como proyecto de grado para el programa de Periodismo y Opinión Pública en la Escuela de Ciencias Humanas de la Universidad del Rosario, para que incluya en cualquier soporte audiovisual para efectos de reproducción y comunicación pública, la entrevista realizada en la mencionada producción, así como para utilizar mi imagen en el proyecto para los fines y dentro de los propósitos establecidos por Daniela Amórtegui y Andrea Torres. Esta autorización de utilización del contenido de la entrevista y de mi imagen se hace sin perjuicio del respeto al derecho moral de paternidad e integridad establecido en la legislación autoral.

Por virtud de este documento el suscrito entrevistado declara que es propietario integral de los derechos sobre el contenido de la entrevista y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a Daniela Amórtegui y Andrea Torres y a la Universidad del Rosario.

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para el producto en mención, el cual tendrá un uso de carácter educativo y será difundido en la Universidad del Rosario y sin fines comerciales por los sistemas de televisión abierta o cerrada en el territorio nacional o en el exterior, si así se requiriese.

Cordialmente,

Ana María Angulo
C.C. 55305721

Formato de cesión de derechos


Contrato de cesión derechos de imagen

Yo, Pamela Lopez identificado con cédula de ciudadanía # 1031213714 de Bogotá, en mi condición de entrevistado, autorizo a: Daniela Amórtégui y Andrea Torres dentro del proyecto ¿En qué talla está la belleza? de producción audiovisual como proyecto de grado para el programa de Periodismo y Opinión Pública en la Escuela de Ciencias Humanas de la Universidad del Rosario, para que incluya en cualquier soporte audiovisual para efectos de reproducción y comunicación pública, la entrevista realizada en la mencionada producción, así como para utilizar mi imagen en el proyecto para los fines y dentro de los propósitos establecidos por Daniela Amórtégui y Andrea Torres. Esta autorización de utilización del contenido de la entrevista y de mi imagen se hace sin perjuicio del respeto al derecho moral de paternidad e integridad establecido en la legislación autoral.

Por virtud de este documento el suscrito entrevistado declara que es propietario integral de los derechos sobre el contenido de la entrevista y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a Daniela Amórtégui y Andrea Torres y a la Universidad del Rosario.

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para el producto en mención, el cual tendrá un uso de carácter educativo y será difundido en la Universidad del Rosario y sin fines comerciales por los sistemas de televisión abierta o cerrada en el territorio nacional o en el exterior, si así se requiriese.

Cordialmente,


c.c. 1031213714 de Bogotá

Formato de cesión de derechos

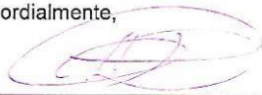
Contrato de cesión derechos de imagen

Yo, Pumela Diaz _____ identificado con cédula de ciudadanía # 1020720887 de Bogotá, en mi condición de entrevistado, autorizo a: Daniela Amórtegui y Andrea Torres dentro del proyecto ¿En qué talla está la belleza? de producción audiovisual como proyecto de grado para el programa de Periodismo y Opinión Pública en la Escuela de Ciencias Humanas de la Universidad del Rosario, para que incluya en cualquier soporte audiovisual para efectos de reproducción y comunicación pública, la entrevista realizada en la mencionada producción, así como para utilizar mi imagen en el proyecto para los fines y dentro de los propósitos establecidos por Daniela Amórtegui y Andrea Torres. Esta autorización de utilización del contenido de la entrevista y de mi imagen se hace sin perjuicio del respeto al derecho moral de paternidad e integridad establecido en la legislación autoral.

Por virtud de este documento el suscrito entrevistado declara que es propietario integral de los derechos sobre el contenido de la entrevista y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a Daniela Amórtegui y Andrea Torres y a la Universidad del Rosario.

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para el producto en mención, el cual tendrá un uso de carácter educativo y será difundido en la Universidad del Rosario y sin fines comerciales por los sistemas de televisión abierta o cerrada en el territorio nacional o en el exterior, si así se requiriese.

Cordialmente,



C.C. 1020720887

Formato de cesión de derechos

Contrato de cesión derechos de imagen

Yo, Gonia Vaegas identificado con cédula de ciudadanía # 52426565 de Bta, en mi condición de entrevistado, autorizo a: Daniela Amórtegui y Andrea Torres dentro del proyecto ¿En qué talla está la belleza? de producción audiovisual como proyecto de grado para el programa de Periodismo y Opinión Pública en la Escuela de Ciencias Humanas de la Universidad del Rosario, para que incluya en cualquier soporte audiovisual para efectos de reproducción y comunicación pública, la entrevista realizada en la mencionada producción, así como para utilizar mi imagen en el proyecto para los fines y dentro de los propósitos establecidos por Daniela Amórtegui y Andrea Torres. Esta autorización de utilización del contenido de la entrevista y de mi imagen se hace sin perjuicio del respeto al derecho moral de paternidad e integridad establecido en la legislación autoral.

Por virtud de este documento el suscrito entrevistado declara que es propietario integral de los derechos sobre el contenido de la entrevista y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a Daniela Amórtegui y Andrea Torres y a la Universidad del Rosario.

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para el producto en mención, el cual tendrá un uso de carácter educativo y será difundido en la Universidad del Rosario y sin fines comerciales por los sistemas de televisión abierta o cerrada en el territorio nacional o en el exterior, si así se requiriese.

Cordialmente,

Gonia Vaegas
c.c. 52426565

Formato de cesión de derechos

Contrato de cesión derechos de imagen

Yo, Ana Maria Paternina identificado con cédula de ciudadanía # 1010134281 de Bogotá, en mi condición de entrevistado, autorizo a: Daniela Amórtegui y Andrea Torres dentro del proyecto ¿En qué talla está la belleza? de producción audiovisual como proyecto de grado para el programa de Periodismo y Opinión Pública en la Escuela de Ciencias Humanas de la Universidad del Rosario, para que incluya en cualquier soporte audiovisual para efectos de reproducción y comunicación pública, la entrevista realizada en la mencionada producción, así como para utilizar mi imagen en el proyecto para los fines y dentro de los propósitos establecidos por Daniela Amórtegui y Andrea Torres. Esta autorización de utilización del contenido de la entrevista y de mi imagen se hace sin perjuicio del respeto al derecho moral de paternidad e integridad establecido en la legislación autoral.

Por virtud de este documento el suscrito entrevistado declara que es propietario integral de los derechos sobre el contenido de la entrevista y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a Daniela Amórtegui y Andrea Torres y a la Universidad del Rosario.

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para el producto en mención, el cual tendrá un uso de carácter educativo y será difundido en la Universidad del Rosario y sin fines comerciales por los sistemas de televisión abierta o cerrada en el territorio nacional o en el exterior, si así se requiriese.

Cordialmente,

Ana M. Paternina
c.c.1010134281

Formato de cesión de derechos

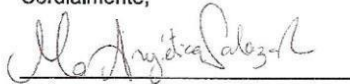
Contrato de cesión derechos de imagen

Yo, Mo. Angélica Salazar Rodríguez identificado con cédula de ciudadanía # 1010186271 de Bogotá, en mi condición de entrevistado, autorizo a: Daniela Amórtegui y Andrea Torres dentro del proyecto ¿En qué talla está la belleza? de producción audiovisual como proyecto de grado para el programa de Periodismo y Opinión Pública en la Escuela de Ciencias Humanas de la Universidad del Rosario, para que incluya en cualquier soporte audiovisual para efectos de reproducción y comunicación pública, la entrevista realizada en la mencionada producción, así como para utilizar mi imagen en el proyecto para los fines y dentro de los propósitos establecidos por Daniela Amórtegui y Andrea Torres. Esta autorización de utilización del contenido de la entrevista y de mi imagen se hace sin perjuicio del respeto al derecho moral de paternidad e integridad establecido en la legislación autoral.

Por virtud de este documento el suscrito entrevistado declara que es propietario integral de los derechos sobre el contenido de la entrevista y en consecuencia garantiza que puede otorgar la presente autorización sin limitación alguna. En todo caso responderá por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se pueda presentar, exonerando de cualquier responsabilidad a Daniela Amórtegui y Andrea Torres y a la Universidad del Rosario.

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para el producto en mención, el cual tendrá un uso de carácter educativo y será difundido en la Universidad del Rosario y sin fines comerciales por los sistemas de televisión abierta o cerrada en el territorio nacional o en el exterior, si así se requiriese.

Cordialmente,



C.C. 1010186271.

Solicitud de material de archivo - Plus Size Fashion Weekend

Recibidos x



Andrea Torres Perdomo <andreatorres2903@gmail.com>
para anguloanam1, Daniela

31 oct



Buenos días, Ana María Angulo.

Cordial saludo.

De acuerdo a nuestras conversaciones y teniendo en cuenta tu colaboración activa en la realización de nuestro documental acerca del modelaje Plus Size en Colombia, quisiéramos solicitarte autorización para hacer uso del material audiovisual que te pertenece como directora del Plus Size Fashion Weekend. El material en cuestión son los videos relacionados con el PSFW 2016. Estos videos están alojados en los sitios de la organización en Facebook y Twitter.

Te recordamos que somos estudiantes del programa de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario.

Agradecemos inmensamente tu atención y quedamos a la espera de tu pronta respuesta.

Hasta pronto,

Daniela Amórtegui Martínez y Andrea Torres Perdomo



Ana María Angulo
para mí

2 nov



Hola Chicas,

Autorizo el uso del material del PSFW, espero que e envíen el video final. Feliz tarde.



Haz clic aquí para [Responder](#) o para [Reenviar](#)

12,19 GB (81%) ocupados de 15 GB
[Administrar](#)

[Condiciones](#) - [Privacidad](#)

Última actividad de la cuenta: hace 0 minutos

12. Anexos

1.1 Bibliografía

- Acuña, A. (2001). El cuerpo en la interpretación de las culturas. Boletín Antropológico 15, 01, pp. 31-52. Recuperado el 03 de octubre de 2015 de la base de datos <http://redalyc.uaemex.mx>

Martínez Barreiro, A. (2004). La construcción social del cuerpo en las sociedades. *Papers*, 73, 127-152.

Veblen, T. (1899). *Teoría de la clase ociosa*. México D. F.: Fondo de Cultura Económica.

Martínez Barreiro, A. (1998). La moda en las sociedades avanzadas. *Papers*, 54, 129-137.

Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós.

Nayak, R., & Padhye, R. (2015). *Garment Manufacturing Technology*. Cambridge: Woodhead Publishing & Elsevier Ltd.

Tryfos, P. (Mayo-Junio de 1985). On the Optimal Choice of Sizes. *Operations Research*, 33(3), 678-684. Recuperado el 05 de octubre de 2015, de <http://www.jstor.org/stable/170565>

Mernissi, F. (2001). *El harén em Occidente*. Madrid: Espasa Calpe.

Armstrong, J. K., & Wood Rudúlph, H. (2013). *Sexy Feminism. A Gorr's Guide to Love, Success and Style*. Nueva York: Mariner Books.

Ramírez de Castro, N. (09 de Febrero de 2010). El desbarajuste de la talla 42. *ABC.es*.

- Soley-Beltrán, P. (2015). *¡Divinas! Modelos, poder y mentiras*. Barcelona: Anagrama S. A.
- El País, E. (29 de Julio de 2015). Topshop retira de las tiendas sus maniqués más delgados. *El País*.
- Ingraham, C. (11 de Agosto de 2015). The absurdity of women's clothing sizes, in one chart. *The Washington Post*.
- El Tiempo, R. (3 de febrero de 2010). Diseñadores colombianos se abstienen de confeccionar para mujeres de talla 12 o más. *El Tiempo*.
- Ashdown, S. (2007). *Sizing in clothing: Developing effective sizing systems to ready-to-wear clothing*. Boca Ratón: Woodhead Publishing Limited.
- Fernández, D. (10 de Diciembre de 2013). *El "ready to wear", el prêt-à-porter y la deocratización de la indumentaria*. Recuperado el 2 de Octubre de 2015, de Vestuario escénico:
<https://vestuarioescenico.wordpress.com/2013/12/10/el-ready-to-wear-el-pret-a-porter-y-la-democratizacion-de-la-indumentaria/>
- Clifford, S. (25 de Abril de 2011). One Size Fits Nobody: Seeking a Steady 4 or a 10. *The New York Times* , pág. A1.
- EFE, M. (07 de Febrero de 2008). La mujer española es diábolo, campana o cilindro. *ABC*. Obtenido de Instituto de Biomecánica de Valencia.
- Singh, D., & Young, R. K. (1995). Body weight, waist-to-hip ratio, breasts, and hips: Role in judgments of female attractiveness and desirability for relationships. *Ethology and Sociobiology*, 16, 483-507.
- Kater, K. (2004). *Las personas de verdad son de todas las tallas* . Bogotá: Norma.
- Nichols, B. (2001). *Introduction to documentary*. Indianápolis: Indiana Univeristy Press.
- Eisenstein, S. (2003). *La forma del cine*. México D.F: Siglo XXI.

Notas del director

“GORDA” cuenta la historia de personas, en especial mujeres, que se han visto afectadas por el estigma que carga la obesidad. Para muchos, estar “pasado de kilitos” (así, con el diminutivo) implica estar fuera de lo normal y necesita ser atacado.

Durante toda la investigación nos acercamos a los mundos de cuatro mujeres gordas que han utilizado el modelaje para reivindicar su cuerpo. “GORDA” (así, en mayúsculas) es sensible, es cercano. “GORDA” no pretende encontrar una verdad definitiva o juzgar si está bien o mal tener ideas acerca del cuerpo. El documental no hace juicios de valor ni establece declaraciones de lo que es o deber ser. “GORDA” quiere contar una historia, una historia que puede ser replicada millones de veces, una historia que puede ser cierta y válida para algunos o falsa y superficial para otros.

A pesar de que en el documental se habla de tallas o precios, este es un documento que muestra emociones y que quiere dejarle al espectador una sensación de inquietud. Durante la investigación pasamos por etapas de incertidumbre y desolación, de confusión y desaliento. Luego comprendimos que ese es el proceso del modelaje plus size. Estas mujeres trabajan mucho para fortalecer su autoestima y para curar las heridas que la sociedad les ha producido. Pero a veces, algunas mañanas, se levantan de la cama y todo el trabajo se ha perdido. Se ven al espejo y se sienten feas, les preocupa la celulitis. Se tocan “las llanticas” (así, con el diminutivo) y quisieran desaparecerlas.

“GORDA” no quiere preguntarse por el cuándo o por el qué. “GORDA” quiere explorar cómo y quiénes. “GORDA” quiere plantear preguntas en el público. Quiere generar inquietudes y debate. Quiere problematizar una situación cotidiana.

