



**PLUS SIZE COMO DISCRIMINACIÓN DE MODA**

**ELABORADO POR:**

**LIZETH ALEXANDRA RUBIANO DUARTE**

**MARIA FERNANDA RUIZ**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL (CUN)**

**OPCIÓN DE GRADO II**

**2022 A**

**Resumen:**

En este trabajo se quiere demostrar como el diseño de moda puede ser inclusivo con las mujeres plus size, para ello primero realizamos una investigación sobre las marcas que apoyan dicha línea de ropa, las que no y por que no lo hacen; durante la larga investigación que se realizó, se encontraron diferentes referentes que son influenciadoras para las mujeres plus size, también podemos evidenciar una encuesta para así mismo saber cómo se sienten dichas mujeres con las tiendas de moda, por último, encontraremos un portafolio haciendo una comparación de que las mujeres plus size pueden utilizar las mismas prendas de las mujeres de talla única.

**Abstract**

In this work we want to demonstrate how fashion design can be inclusive of plus size women, for this we first carry out an investigation on the brands that support said clothing line, those that do not and why they do not; During the long investigation that was carried out, different references were found that are influential for plus size women, we can also show a survey to know how these women feel with fashion stores, finally, we will find a portfolio making a comparison that plus size women can wear the same garments as one size women.

**Pregunta problema:**

¿Cómo a partir de la creación de un portafolio de diseño de modas, se puede aportar en la industria textil y a las mujeres “Plus size” a romper los estereotipos físicos en el municipio de Facatativá Cundinamarca?

**Descripción del problema:**

La siguiente investigación es de carácter cualitativo, la cual busca describir el por qué en la industria de la moda, las tallas grandes son un nicho de mercado, segregado, excluido y juzgado, pues no encuentran variedad de opciones en cuanto al diseño, texturas, estampados, colorimetría y tallaje; ya que, lo que les gusta es talla única para mujeres y se ven obligadas a comprar las pocas alternativas que el mercado les ofrece cuyo tallaje, no es suficiente para las personas “plus size” para quienes no cumplen con sus expectativas de moda en cuanto a edad, diseño y confort.

En el municipio de Facatativá no hay una tienda que diseñe, confeccione o comercialice prendas, accesorios o calzado para mujeres plus size, que les aporte un valor agregado y las haga sentir bellas, modernas e influyentes en la moda. Las características corporales de la mujer Facatativeña, corresponden a unas medidas amplias y esto se da porque su alimentación viene de un contexto de “campo”, lo que hace referencia a una cultura alimentaria basada en el alto consumo de harinas, carbohidratos y proteínas, influenciadas por el clima y labores heredadas.

Así mismo, por qué el portafolio y colecciones de las empresas textiles dedicadas a la fabricación y comercialización de prendas de vestir se han especializado en hormas de talla única. Para nadie, es un secreto que el mundo de la moda tiene estándares de belleza muy estrictos; los cuales han permanecido por muchos años, esto más que todo se refiere a las medidas corporales que una modelo debe tener. Es decir, el cuerpo de 90-60-90, ser delgadas, altas y con proporciones “perfectas”, características idealizadas por la misma sociedad, que se ha visto influenciada por mujeres con rutinas, dietas y ejercicios excesivos, campañas publicitarias, realitys de televisión nacionales y extranjeros, programas cuya modelo o participante se acopla a estas medidas de proporción “ideal”.

Sin embargo, en el municipio de Facatativá las marcas o empresas dentro de su portafolio de productos ofrecen diseños clásicos, neutros, sin variedad o detalles que a comparación de la talla única encuentran colores, diseños, estampados y formas más bellas que van acorde con su edad.

## Justificación

¡El sobrepeso no es una decisión, es una condición!

El sobrepeso y la obesidad son las principales razones para que una persona sea considerada talla grande o plus size, estas condiciones traen consigo diferentes consecuencias que aumentan los riesgos de las otras enfermedades y afecciones como la diabetes, cáncer, hipertensión, artrosis, condiciones ginecológicas, presión arterial, enfermedades cardíacas, entre otros. Producidas por genética, falta de ejercicio, la costumbre de estar movilizándonos en vehículos, utilizando ascensores o incluso una de las principales determinantes sociales para esta problemática tienen que ver con los patrones alimentarios.

Existen diferentes tipos de factores que pueden afectar el sobrepeso, es una guerra interna que cada individuo tiene que enfrentar, sin contar con el maltrato físico “que ocurre cuando alguien lesiona el cuerpo de otra persona, que cause lesiones o heridas en el cuerpo, deje marcas o produzca dolor físico” (Deutsch, y Dovi, 2020), el maltrato psicológico y emocional “se produce cuando hay gritos, críticas, amenazas, humillaciones, o desprecian constantemente hasta que su autoestima se ve dañada y acaba sintiéndose muy mal consigo mismo dejando secuelas” (Deutsch, y Dovi, 2020), la discriminación “Dar trato desigual a una persona o colectividad por motivos raciales, religiosos, políticos, de sexo, de edad, de condición física o mental, etc” (real academia española) el clasismo “Actitud o tendencia de quien defiende las diferencias de clase y la discriminación por ese motivo” (real academia española) o lo que se suele conocer como Gordofobia: Un término que no existe para la RAE, pero que hace alusión y referencia al miedo que tienen las personas al sobrepeso, el rechazo y los prejuicios contra las personas que la padecen, es un sesgo automático y normalmente inconsciente que lleva al odio y menosprecio, a discriminar y minusvalorar a las personas con obesidad o sobrepeso más aún si son mujeres” (Torres, 2005).

Este tipo de condición afecta a niños, hombres y mujeres de diferentes edades. Según el Ministerio de Salud ... “En Colombia existe una prevalencia en adultos de 18 a 64 años con sobrepeso de 37,7 % y obesidad de 18,7 %, según la Encuesta Nacional de Salud Nutricional de 2015. “Esto significa que la prevalencia de personas con exceso de peso en Colombia, es del 56,4 %, por lo que se ha convertido en un problema en salud pública en el país” (Minsalud, 2021) expuso Cadena.

Un estudio de psicología social de la Universidad Alberto Hurtado, Santiago de Chile, estableció lo siguiente ..."*Presentamos los resultados relativos a la construcción de la gordura y su vinculación con las clases sociales. La gordura se constituye como una condición que define a la persona como ansioso/a, perezoso/a y deforme, lo que justifica la acción de discriminación.*

*Los atributos por los que son excluidos las personas gordas coinciden con los utilizados históricamente para discriminar a los/as pobres, de ahí que concluimos que se constituye como una nueva forma de clasismo" (Energici A B H., 2017).*

Se entiende que para algunas empresas esto requiere más costos, ya que toca hacer una mayor inversión en cuanto a tela, modelos y diferentes patrones, pero si la empresa cuenta con todos los recursos esto sería una gran inversión, porque sería un plus para la marca y adquirirán nuevos clientes, e incluso las pocas marcas que apuestan por esta nueva idea de negocio lo que hacen es utilizar a las modelos convencionales y ponerles relleno para que así mismo se vean como una mujer plus size, aparte de esto otro método que utilizan es poner pinzas en la parte de atrás de las blusas para que se ajusten al cuerpo de la persona, las empresas prefieren utilizar estos métodos que para ellos son muy comunes, en vez de utilizar las verdaderas modelos plus size

A pesar de todo, hay algunas marcas que este año empezaron a ser inclusivas tal como lo es Victoria's Secret Pink, que en febrero del presente año le dio la bienvenida a Remi Bader una TikToker puertorriqueña de 25 años, no solo fue contratada como modelo sino también como consultora para expandir su negocio de tallas grandes en vestidos de baño.

## **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un portafolio de productos y servicios con el fin de plantear diseños de moda en una colección de mujeres plus size, para el municipio de Facatativá.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de las tallas grandes o plus size en el municipio de Facatativá.
- Plantear un portafolio de productos y servicios en el que se diseñe una colección para estas mujeres a través de bocetos comerciales, que puedan ser punto de equilibrio y mediación entre el cliente y una empresa o marca de moda.

## **Referentes influenciadores de moda para tallas grandes o plus size**

Las siguientes referentes **Remi Bader** (Tik Toker), **Fat pandora** (Diseñadora e Influencer), **La Gorda Fabiola** (Actriz y comediente) son ejemplos de que en una sociedad e industria se puede ser embajadoras del amor propio, influenciar en una industria que es consciente de la necesidad que tienen las mujeres plus size por verse, vestirse y sentirse bien con cualquier prenda, pero de la cual se ven pocos esfuerzos por romper los estereotipos físicos de moda instaurados por la misma sociedad y el mismo mercado. Teorías infundadas en que no pueden usar estampados, rayas (únicamente en sentido vertical) o puntos, . Estas mujeres empoderadas a través de sus profesiones y redes sociales han logrado reconocimiento. Pues rompen todas esas teorías, son influyentes porque no siguen parámetros, solo se visten, exhiben su estilo, su seguridad y la forma que representa para ellos el amor propio a través de su percepción, profesionalismo, gusto, vocación, bienestar personal y social, pues brindan información y espacios de valor a través de sus redes para que personas como ellas interactúen y se vean motivadas.

El municipio de Facatativá se encuentra ubicado en el Departamento de Cundinamarca, a hora y media de la ciudad de Bogotá y 36 km/h de distancia, tiene límite por el lado norte con los municipios de Sasaima, La Vega y San Francisco, al sur limita con los municipios de Zipacón y Bojacá, por el lado Oriente con los municipios de Madrid y El Rosal, y hacia el occidente con Anolaima y Albán; cuenta con una extensión total de 158 km<sup>2</sup> y con temperatura media de 14° C.

## “Testimonios, entrevistas, fuentes o reportes” (clientes)



**Stella Amorocho (46 años)**, Operaria de confección independiente:

“No tienen en cuenta las personas que somos de talla grande, porque fabrican prendas tallas pequeñas y es muy escaso el mercado para nosotras. Yo entiendo que todos los modelos de ropa no son acordes para las personas de tallas grandes, pero si deberían sacar líneas simultáneas con las tallas pequeñas para tener la oportunidad de sentirme cómoda y no que todo me quedé pequeño.



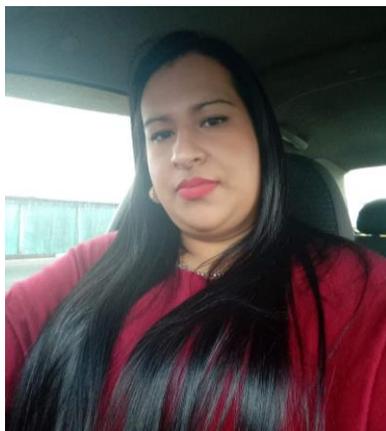
**Lorena Medina (32 años)**, Asistente administrativa en una empresa floricultora y estudiante de Administración de empresas.

“Afecta la parte psicológica el pensar que no hay ropa de moda juvenil para las tallas plus, hace que uno pierda la autoestima, que piense que por una condición de sienta uno discriminada, me gustaría que la industria piense más en el tipo de mujer de tallas plus en que también nos gusta arreglarnos, vernos y sentirnos de una manera cómoda. Que si uno va a un almacén va a encontrar algo juvenil bonito y en las tallas de uno, no generar más pánico y más miedos al saber que uno no puede asistir a tiendas porque no hay ropa”.



**Ayda Cortazar Duarte (52 años)**, Técnica en preescolar, estilista profesional.

Al no encontrar prendas grandes, me da a entender que no es rentable para ellos producir prendas grandes y por eso ofrecen tallas u hormas mal talladas pues no son lo que prometen, existe maltrato psicológico ya que la atención que ofrecen cuando nos ven ingresar es discriminatoria, me gustaría que la industria de la moda mejore sus tallas, la calidad textil, y lo estético visualmente.



**Andrea Rodriguez**, madre y ama de casa

“Me he visto afectada al no encontrar prendas amplias para mí, todo es pequeño, sin contar con que las prendas que consigo tienen diseños antiguos, me siento excluida porque las empresas no piensan en las mujeres jóvenes que somos tallas grandes, también en la decepción de preguntar en cualquier almacén algo que me guste y me digan no hay mi talla. Me gustaría encontrar diferentes prendas tanto deportivas como elegantes, que sean de mi talla”.

Proceso creativo









## **Conclusiones**

Teniendo en cuenta los testimonios de cliente y haciendo la referencia de influenciadoras se llega a la conclusión que las personas de talla grande, en estos tiempos están tratando de normalizar los estereotipos, haciendo ver que la modelo perfecta con medidas 60-90-60 alta no es solo ella, sino también las que no se acomplejan por sus medidas y se sienten bellas con su cuerpo, con este estudio también deducimos que las empresas solo sacan ropa para personas delgadas manejando muchas veces una talla única debido a los costos que esto implica, pero las grandes marcas si podrían manejar un tallaje para mujeres plus size ya que su solvencia económica es muy buena y ayudará aquellas personas a subir su autoestima y que puedan conseguir ropa de una manera más sencilla, siendo para esto una pionera en implementar las modelos de talla grande encontramos a VICTORIA SECRET y debido a la popularidad y gran reconocimiento con el que cuenta esperamos que las demás marcas sigan este ejemplo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Deutsch, S. D., & Dovi, A. D. (2020, noviembre). *Maltrato: Lo que debes saber*. teenshealth.  
<https://kidshealth.org/es/teens/abuse.html#:~:text=El%20maltrato%20f%C3%ADsico%20ocurre%20cuando,marcas%20o%20produzca%20dolor%20f%C3%ADsico>
- Energici, M. E., Acosta, E. A., Borquez, F. B., & Huaiquimilla, M. H. (2017). *GORDURA, DISCRIMINACIÓN Y CLASISMO: UN ESTUDIO EN JÓVENES DE SANTIAGO DE CHILE*. scielo-brasil.  
<https://www.scielo.br/j/psoc/a/zBWdv9sDJdd6NbTrMC9Bbqb/?lang=es>
- M.I.N.S.A.L.U.D. (2021, 4 marzo). *Obesidad, un factor de riesgo en el covid-19*. minsalud. <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Obesidad-un-factor-de-riesgo-en-el-covid-19.aspx>
- Real Academia Española, R. A. E. (2021a). *clasismo*. Real academia española.  
<https://dle.rae.es/clasismo?m=form>
- Real Academia Española, R. A. E. (2021). *discriminar*. Real academia española.  
<https://dle.rae.es/discriminar?m=form>
- Torres, A. T. (2005). *Gordofobia: el odio y menosprecio hacia las personas obesas*. psicología y mente. <https://psicologiaymente.com/social/gordofobia>