

LA ANARQUIA DE LOS TALLES EN LAS TIENDAS DE MODA

Odisea en los probadores

Elisabet Contrera

Una cronista de Página/12 recorrió casas de ropa femenina para comparar talles y medidas. El resultado reveló la gran diversidad de tamaños y denominaciones. Y la ausencia de los talles más grandes, y los no tanto. Los peligros de la anorexia. Las advertencias de los especialistas. El caso de España, donde gobierno y empresas iniciaron la unificación de talles.

Está sola, parada en el probador. Mira desafiante hacia el espejo. En ese instante comienza el desafío. ¿En qué consiste? En que ese pantalón entre en las formas de su cuerpo. El forcejeo y los tironeos entre ella y la prenda son en vano. Confundida, mira la etiqueta que indica "M". La vendedora le había indicado que equivalía a su talle, 40. No es así. La angustia y la frustración que experimentan adolescentes y mujeres a la hora de comprar ropa es uno de los factores que inciden, según los especialistas, en la propagación de los trastornos en la alimentación. Se trata de una problemática que originó, recientemente, una respuesta concreta de la sociedad española, donde empresarios y el Gobierno resolvieron unificar los talles de la ropa. La Argentina no escapa al influjo que lleva a los jóvenes a desear un cuerpo esquelético y rectilíneo. En una recorrida por locales de moda de la ciudad de Buenos Aires, una cronista de Página/12 experimentó las peripecias y en dosis pequeñas la angustia que genera perder contra las cada vez más chicas prendas de moda. Y la anarquía de los talles.

La primera prueba era comprar un pantalón de jean, en talle 40. Luego de un tour por los pasillos de un shopping del centro porteño, la cronista decide entrar en un local de la firma Materia.

–Busco el pantalón de vidriera en 40 –dice la cronista.

–Sí, un 29 –asiente la vendedora.

–No, no. Un 40 –aclara la cronista, y pregunta–, ¿el 29 es como un 40?

–No es como un 39, pero seguro que te entra. Depende de la casa –responde la chica, como si esa última frase tuviera que conformar a alguien.

Ajustado, muy ajustado, pero, efectivamente, la cronista sale triunfante de la tienda. De la derrota la separan sólo unos milímetros. Si hubiera querido comprar un talle que, además de lucirle bien, le permitiera respirar, no habría podido, porque la oferta se clausuraba en ese número, el 29.

Este primer contacto dio una muestra de las miles de formas que utilizan los fabricantes de modas para identificar sus prendas y que de acuerdo con la denuncia de asociaciones de consumidores no respetan las medidas antropométricas de las mujeres, sino que con cada nueva temporada pierden centímetros. “Cada empresario tiene un criterio distinto. Hay algunos que utilizan la escala small, medium, large y extra large. Otros que utilizan el 36, 38, 40 y hasta ahí llegamos. Talles como el 42, 44, 48 que en otras épocas eran medidas de cuerpos con un peso normal no existen en el mercado”, protesta la psicóloga Amanda López Molina, presidenta de Fumtadip, organización que asiste a personas con trastornos en la conducta alimentaria y además implementa campañas de prevención.

La confusión fue mayor al ingresar en la casa de ropa Silenzio, donde se utiliza más de una fórmula para identificar las prendas. La cronista solicita un pantalón

del mismo modelo para comprobar lo que las mujeres sufren en la soledad de los probadores: que una misma prenda en otra tienda les queda chica. En este caso, y ante la misma consulta, la vendedora se toma un minuto para mirar las caderas de la eventual compradora y luego pone en sus manos un pantalón de talle 30, lo que equivale al tradicional 40. La hipótesis no se corrobora porque el pantalón le quedó bien. Luego, con las posteriores visitas, descubrirá que este triunfo era una excepción. En este punto, la cronista decide cambiar de prenda y consulta por un pantalón de gabardina. En ese caso, y en la misma casa de ropa, pedir un talle 40 no era hablar en chino.

“Esta diversidad en la forma de etiquetar las prendas muestra la forma de ver el cuerpo de cada empresa. Hoy, los empresarios de la moda imponen un modelo de cuerpo cada vez más pequeño, flaco y esquelético”, explica López Molina, que recibe en el consultorio a chicas que padecen trastornos de la alimentación. Jóvenes que en su deseo de “encajar” en ese molde emprenden conductas irracionales a la hora de comprar ropa. “Hay adolescentes que tienen talle 16 y que van a comprarse ropa y piden talle 14”, ejemplificó. La psicóloga Mónica Neuenburg, especialista en trastornos de la alimentación de la Fundación Manantiales, relata que “en los consultorios atendemos a grupos de amigas que compiten por ver a quién le entra el talle más chico”. “No es difícil imaginarse la angustia que experimenta una adolescente que no consigue talle de tal o cual prenda de moda cuando sus amigas sí lo hacen”, agrega.

La batalla contra la ropa la venía ganando la cronista hasta que entra en la firma Zima. La meta era probarse un pantalón de gabardina, igual al que se había puesto en Silenzio. Al pedir un talle 40, en este caso, la traducción por parte de la vendedora fue: “Aah, large”. Pese a los forcejeos, el pantalón no entra por nada del mundo. Mientras tanto, afuera del probador, otra mujer de 30 y pico de años se trenzaba en una disputa con los que ella consideraba sus kilitos de más en las caderas.

–Bombona, tengo un problema. La pollera me aprieta mucho –le comenta a la vendedora.

–¿Probaste un talle más? –le pregunta.

–Sí, pero me queda muy suelta –responde, para luego plantear en voz alta una posible solución: “Me puedo llevar ésta y después me interno en el gimnasio”. La vendedora propone una alternativa.

–¿Por qué no le hacés unos cortecitos en los costados?

La solución conforma a medias a la mujer, pero de todas formas decide comprar la mini.

“Esta obsesión por el cuerpo provocó un crecimiento de los casos de bulimia y anorexia, en especial en las adolescentes, que se someten a dietas estrictas y a sesiones agobiantes de ejercicio para que les entre el talle más chico”, denuncia Neuenburg. “Hay muchas pacientes que guardan las ropas con talles diminutos porque tienen la ilusión de volver a usarlas”, relata.

Cabizbaja, y para no caer en la tentación de tomar o comer algo en las casas de comida rápida que rodean las tiendas de ropa, la cronista abandona el shopping para recorrer las tiendas que se extienden por la avenida Santa Fe. La casa La Brújula es la siguiente parada. Ahora solicita un short en talle 40, lo que para las vendedoras equivale a un 30. Allí se contabiliza la segunda derrota. La cronista no se puede abrochar el último botón del pantalón ni tampoco tiene la posibilidad de probarse otro porque el talle pedido era el más grande a disposición. “Tenemos hasta el talle 30”, responde con un dejo de pena en su mirada la vendedora.

La sorpresa y la angustia invaden a la cronista cuando en otra tienda el mismo short no le entra ni el talle M –que era un 40–, ni el L ni en XL. Sólo le entra el XXL. La frustración ocurre en la casa de ropas High Grade.

--Quiero ver el short de la vidriera, en talle 40 –solicita la cronista.

Al tiempo que la vendedora se disponía a cumplir con el deseo de la potencial compradora, también le advertía: “Mirá, éste es un M. Pero como son chiquitos, te doy también L y XL, ¿te parece?”

La cronista asiente y se dirige al probador. Ya en su interior, la vendedora agrega un dato que, a los pocos segundos, se convierte en su presunta salvación.

–Quedáte tranquila que también tengo XXL.

Efectivamente, ninguno de los talles anteriores era “su talle”.

¿Será que los excesos en las comidas se trasladaron a la balanza o será que las firmas de ropa hacen las prendas cada vez más chicas? La respuesta es la clave.

“Se tiene que dar una unificación de los talles, un patrón común con talles acordes con las medidas normales de adolescentes y mujeres”, reclama López Molina. “De esta forma, se podría colaborar para que no sigan creciendo los casos de trastornos en la alimentación”, destaca la especialista.

Fue por este motivo que, en España, empresarios de la moda y el gobierno firmaron un acuerdo para unificar los talles de la ropa. A partir de esta iniciativa, los consumidores españoles podrán encontrar en las tiendas de todas las marcas prendas con las mismas medidas. Para implementarlo, se realizará durante este año un estudio antropométrico sobre 8500 mujeres de entre 12 y 70 años para establecer las medidas corporales más frecuentes de la mujer española.

¿Sería viable la aplicación de la unificación de talles en la Argentina? Página/12 hizo la consulta a las dos especialistas. Ninguna de las dos pudo disimular su pesimismo. “Sería un granito de arena en la prevención de enfermedades de la alimentación porque permitiría tener una sociedad donde se acepten las diferencias y donde todas las mujeres se pueden vestir a la moda si así lo desean”, sostuvo Neuenburg, de la Fundación Manantiales, pero luego le ganó el escepticismo: “Hay muchos intereses económicos creados, que obligan a replantearnos hasta qué punto puede llevarse esto a la práctica”. López Molina, de Fumtadip, opta por similar postura: “Es muy difícil que se llegue a dar. Pero todo intento es válido si con eso se pueden evitar la frustración y el enojo que genera no encontrar talles en jóvenes que tienen predisposición a sufrir patologías alimentarias”, destaca.

La provincia de Buenos Aires es una muestra de los intentos por legislar sobre el tema y de los artilugios judiciales presentados por las empresas de moda para oponerse. Después de cinco años de que la Legislatura bonaerense aprobara la Ley de Talles, el gobierno de Felipe Solá reglamentó hace unos días la norma, que además contempla la unificación de los talles (ver aparte). En el caso de la ciudad de Buenos Aires, los intentos por aplicar reglas en la confección de ropa no generaron eco en la Legislatura, donde se presentaron varios proyectos pero ninguno avanzó.

En el último tramo del recorrido, la cronista experimenta la derrota final. La prenda de fuego es la minifalda. Primero entra en la tienda Mariane, en avenida Santa Fe, donde se encuentra con una denominación más simple, pero en el fondo más drástica: catalogar los talles de las personas en 1, 2 y 3. Después de una tarde de mirar ropa y talles, la cronista se ubica por sí misma en el límite de la escala. El pesimismo que la acompaña se borra momentáneamente, al pasar con éxito la prueba. No tiene la misma suerte en la última tienda Bakiara. Su talle 40, lo que en la casa equivalía a un L, nunca pasa la frontera de los muslos.

Solicita una talle más. Se lo prueba, pero le queda ajustadísima. La cronista abandona el lugar. Y la nota. Ya es demasiado. A fin de cuentas, es una profesional, pero también un ser humano.