

Protagoniste

Catalina, l'intimo delle donne Ecco la lingerie che fa bene

ANTONELLA MARIANI

Catalina ha mostrato le sue doti di imprenditrice già a 5 anni: vendeva casa per casa dolcettipreparati dalla madre, a cui restituiva i soldi per gli ingredienti. Piazzava anche sassi dipinti esiccome gli affari andavano bene, aveva assoldato una bambina che abitava a fianco a lei e le dava il10 per cento degli incassi. Alla domanda: «Perché fai l'imprenditrice?», la risposta è semplice:«Perché non ne posso fare a meno». Catalina Girald è la giovane fondatrice, Ceo e direttrice creativadì Naja, un brand di lingerie etica nata nel 2014 in esplicita contrapposizione con il colossoVictoria' s Secret, che con il suo intimo aggressivo e supersexy «oggettivizza le donne» e stabilisceuna sorta di 'pensiero unico' sui corpi femminili. Tutt' altra la filosofia di Catalina: le donne devono essere sé stesse, magre, robuste, nere o bianche che siano, e devono sentirsi bene con quelloche indossano sotto i vestiti. «Io voglio rafforzare la loro autostima, non deprimerle con modelli dibellezza irraggiungibili», sentenza. Se la testa di Naja è a San Francisco, in California, il corpo -la fabbrica - è a Medellin, in Colombia, paese natale di Catalina Girald, dove ha trasformato lavecchia fabbrica

di uno zio in una impresa sociale. Le operaie sono tutte madri single e la regola èche ricevano uno stipendio equo e benefico di orari flessibili in modo da poter seguire i figli einsieme mantenere il lavoro. E, a proposito di bambini, i figli delle operaie ricevono i libri e leuniformi e hanno la mensa scolastica pagata. Catalina non è una sognatrice, al contrario: arrivatanegli Usa a 11 anni, ha studiato a Stanford, poi è entrata in un grande studio legale di New York.Dopo anni di rincorsa affannosa del successo, Catalina - occhi scuri e profondi, capelli lisci neri elineamenti perfetti - è entrata in crisi: per chi e perché faceva tutto questo? Allora ha preso 18mesi per sé, viaggiando in Asia, scalando montagne e vivendo con i nomadi in Mongolia, poi ha decisoche si sarebbe dedicata all'intimo delle donne. E non in senso metaforico. «Prima di creare Naja, hotrascorso 6 mesi a intervistare più di 600 donne. Ho scoperto che tutte hanno bisogno di stare benecon sé stesse quando acquistano lingerie, senza sentirsi brutte o a disagio perché il loro corpo non èquello sfoggiato dalle modelle nelle riviste». A chi le chiede quale valore considera importante negliaffari, risponde: «L'onestà». Accanto all'impresa. che porta avanti con Gina Rodriguez, Golden Globecome migliore attrice in una serie tv, c'è il programma 'Undewear for Hope', cui è destinata una parteconsistente dei proventi aziendali. Attraverso questo programma, decine di ragazze madri o donnevulnerabili degli slum di Medellin vengono inserite in corsi di taglio e cucito, per essere poiassunte da Naja. Non solo: i reggiseni vengono consegnati alle clienti in un sacchetto di cotone peril lavaggio in lavatrice. All'interno c'è un bigliettino in stile baci Perugia, con un messaggioincoraggiante e con la firma e la storia della donna che ha confezionato la piccola 'washing bag', una



Avvenire

delle tante beneficiarie del programma Underwear for hope che possono lavorare da casa e trasformarsi esse stesse in piccole imprenditrici. Dai dolcetti casa per casa ai reggiseni solidali, il cerchio si chiude. RIPRODUZIONE RISERVATA
Catalina Giraldo.