

Cuba: *Capicúa Fashion*: diseño cubano sustentable

De la Redacción

semlaccu@enet.cu

La Habana, octubre (Especial de SEMIac).- La industria de la moda en Cuba se renueva con aires contemporáneos, a mano de jóvenes diseñadoras con una visión actual desde el arte, el diseño y el empoderamiento femenino.

Laila Chaaban, fundadora de *Capicúa Fashion*, lleva adelante su marca desde hace apenas un año bajo el concepto de cero desperdicio, con un ciclo productivo sustentable.

Graduada de Diseño Industrial, especializada en vestuario del Instituto Superior de Diseño en La Habana y luego de vivir un tiempo fuera de Cuba, Laila, de 29 años, regresó a la nación caribeña en 2016 con la idea de crear un proyecto que tomaría forma tres años más tarde.

“Creo que en el país hay todavía muy pocas marcas surgiendo, sería bueno que se sumaran más. Yo estoy representando mi visión personal de lo que creo debe ser, conceptualmente, la moda en Cuba, desde la intimidad de quién soy y la mayor sinceridad posible”.

Laila se inclinó por el mundo del diseño desde pequeña y ahora, más consciente de ello, repara en que en su predilección, a temprana edad, por juguetes que le permitieran armar piezas y crear formas tridimensionales.

No es difícil identificar sus patrones, llamativos por el colorido de los tejidos y las formas especiales de las piezas. Laila se inclinó por el mundo del diseño desde pequeña y ahora, más consciente de ello, repara en su predilección a temprana edad, por juguetes que le permitieran armar piezas y crear formas tridimensionales.

“Me gusta el diseño industrial y en particular la moda. También el de objetos, el inmobiliario y algo de interiorismo. Se puede decir que tengo una visión un poco industrial de la moda. De alguna manera mi estilo es semi-arquitectónico. La ropa la asumo como figuras y estructuras, pienso siempre en las líneas y la resistencia”, explica a SEMIac.

La cultura de la moda y el diseño textil están en ascenso en Cuba, aunque de manera emergente. Es notable la fundación de pequeñas casas de moda en la capital habanera y algunas ciudades del país. La tienda de Laila está en el mismo lugar que el taller, en San Lázaro #55, entre Cárcel y Genios, en Centro Habana.

El local fue cuidadosamente seleccionado, reparado y ambientado acorde al concepto de *Capicúa Fashion*.

“Desde que tuve la idea hasta que abrí, pasaron años. No quería establecer la marca sin tener un espacio, pues yo creo toda una historia y un contexto para la pieza. Controlar la escenografía es esencial para poder expresar lo que se quiere decir. Buscar el espacio, arreglarlo”. Todo eso llevó años para finalmente

inaugurar en abril de 2019, en medio de la XIII Bienal de Artes Plásticas de La Habana”.

“Trabajar para alguien más, sobre todo en temas creativos, significa ir bajo una estética que no es la propia y principios creativos que no son exactamente los tuyos. Hacerlo para una misma es más difícil, conlleva más responsabilidad y probablemente cuesta mucho más trabajo. Pero me decidí y comenzó el proceso de crear *Capicúa Fashion*. Una casa de modas permite un espacio de creación libre, trabajar bajo tus propios parámetros”, sostiene.

Capicúa es un nombre singular, directamente relacionado con el concepto de la empresa misma. Cap (cabeza) y Cúa (cola) representan un ciclo cerrado, donde el principio es el fin de manera continua.

“Representa el carácter cíclico de la vida, la relación entre la vida y la muerte, el día y la noche. Es la idea de que no hay un fin, sino una continuidad desde el inicio. El principio es el final se representa con un *ouroboros* (serpiente que se come su propia cola). El logo de *Capicúa Fashion* es un leviatán, especie de bestia marina. Me gusta tener una marca de ropa para mujeres, cuyo logo es un dragón, que de alguna forma rompa con lo que es considerado tradicionalmente como femenino”.

El concepto de diseño creado por Laila sigue esa línea cíclica, donde los parámetros básicos son cero desperdicios y uso del ciento por ciento del tejido. Se trata de la moda lenta, una filosofía de consumo responsable.

“*Capicúa Fashion* está enfocada en la sustentabilidad del diseño, pensando en el ciclo productivo: desde donde viene la materia prima y qué hacer después. El estilo de patronaje que yo me he creado es una especie de juego lúdico. No comienzo con un dibujo de cómo quiero que sea la pieza, sino que creo las estructuras a partir de un juego con las telas, sin desperdiciarlas”.

La industria textil malgasta como promedio entre 10 y 15 por ciento del tejido y es la responsable de generar hasta 10 por ciento del carbono total del año, [indicó en 2019 la Alianza de Naciones Unidas para una moda sostenible](#).

Capicúa Fashion no emplea botones, zippers o plásticos, pues son accesorios que dificultan luego el proceso de reciclaje. Utiliza telas naturales, como el algodón, por ser biodegradables y más acordes con el clima cubano.

“Creo piezas únicas, bajo un sistema donde toda la ropa es ajustable, generalmente de talla S-L. Esto facilita el proceso, al no hacer tallaje, a la vez que la ropa le sirve a la gente por el mayor tiempo posible, ajustándose a los cambios corporales. Las personas no deberían ajustarse a la ropa, sino la ropa adaptarse a lo que es la vida de los seres humanos”, considera.

Laila es su propio equipo creativo. Ella diseña, hace los patrones y corta las piezas. Dos costureras le prestan servicio para coser y dos dependientas trabajan en la tienda. Delegar parte del trabajo más técnico está entre sus

mayores retos, pues confiar en alguien y desprenderse es aún una meta que se propone con el fin de enfocarse en el crecimiento de su empresa.

“Emprender es siempre difícil. Creo que hacer cualquier cosa, como mujer, siempre lo será más. No me veo como una mujer, sino como un ser humano, y asumo que así debiera verme el resto del mundo. He enfrentado actitudes condescendientes, un poco frustrantes debido a mi juventud. Ser exitoso en la moda es difícil y competitivo. La respuesta a eso es demostrar e impresionar, con resultados; esa es una gratificación y satisfacción interna. Puedes verlo como una oportunidad para crecer más”.

Una marca de ropa propia es el sueño de cualquier diseñador de vestuario o modista. Tener la posibilidad de realizarlo y hacerlo tangible en Cuba significa influir en la industria nacional --deprimida por décadas--, para aportar sentido a la línea estética de la moda, redefiniendo y estableciendo sus pautas.

“Creo que la moda en nuestro país está en vías de creación, en gran parte a partir de tradiciones y de una línea visual propia. Como cubanos tenemos una estética ecléctica muy fuerte y ahora la estamos aplicando a la moda. Es muy interesante, porque lo que se hace tiene mucho en común. Puede que haya una relación muy estrecha con el arte. Es toda una línea que transita en los espacios creativos desde mini industrias, con una estética cubana y conceptos culturales propios”.

También encuentra obstáculos comunes a otros cuentapropistas cubanos. Algunos más que otros tienen demandas relacionadas con la raíz propia de sus negocios y otras cuestiones que dificultan la cotidianidad de llevar adelante su proyecto.

“Es muy importante que nos permitan crear empresas, exportar e importar. Aunque creo que entre muchos cuentapropistas el mayor anhelo es ser vistos como personas jurídicas. Es el paso más importante que debemos dar. Hay retos legales y burocráticos grandes, algunos desafíos como el otorgamiento de licencias o la obtención materia prima.

“Otros retos vienen con la propia idea de la marca o conmigo misma. El primero y más importante es saber cómo llevar un negocio, trabajar con personas que tampoco tienen experiencia. También, ver cuánto soy capaz de hacer”.

El confinamiento ha implicado un estado de inmovilidad para ciertos negocios. Reinventarse y reestructurarse han sido estrategias inmediatas para avanzar frente al estancamiento económico y hacia la visibilidad futura de las empresas.

“La Covid-19 fue una paralización casi obligatoria, en un comienzo, pero estoy intentando ajustarme. El capital y el movimiento disminuyen, así como el acceso a materiales. Casi me he quedado sin materia prima”, explica.

“La estrategia que asumí para no parar fue hacer ropa por encargo y mascarillas. Esto último comenzó de manera orgánica, haciéndolos para amigos y familia. En la tienda-taller yo misma atiendo a los clientes. Ha sido una buena idea porque

se crea una relación íntima y directa, me ven en el taller haciendo su ropa a la medida. Es una dinámica que hasta me interesa mantener”.