

GLAMOUR
à la
HABANA

Moda cubana de año nuevo

Fotografías
y textos

*Nicolás
Ordóñez*





ERA EL 31 DE DICIEMBRE DE 2009. Traía en la cabeza un viejo proyecto –nunca concluido– que concebí con mi amigo y colega Rodrigo Orrantía, y otro proyecto, un documental sobre la obesidad y la moda –tampoco concluido–, de mi esposa.

Con esos precedentes, quería hacer una serie de fotos “fashion”, y ésta parecía una fecha privilegiada para retratar a los habitantes de La Habana en pleno, con buena actitud y sus mejores atuendos.

Pero algo no encajaba muy bien. A mi juicio, los personajes se perdían fácilmente en el fondo sobrecargado de la ciudad.

Entonces recordé la exposición *In the American West* de Richard Avedon, en la que mineros y campesinos gringos, gente común y corriente, eran retratados sobre un fondo blanco. Agarré una sábana de mi suegra, la clavamos a martillazos en dos listones de madera y salí con cámara al cuello –lente macro de 55 mm– a recorrer las calles de La Habana. Tomé 120 retratos ese día.

Como en las fotos de Avedon, al ser aislados del paisaje y entrar en la zona blanca, los personajes se transformaban profundamente:

Una de las mujeres parecía ser “la manager cubana de los Rolling Stones”, otra podría haber sido “una Desperate Housewife del Vedado”, y otro “un Taxi Driver centro habanero”...

Reparando en sus atuendos parecía posible.



Las boutiques son un lujo que los cubanos no pueden darse. Las opciones de vestuario son el trapishopping, las ferias, las tiendas del Estado, lo que mandan a hacer y lo que les traen





LA MODA EN CUBA ES DE MENSAJERÍA, paquetes y tiendas. La gente se las apaña con lo que hay. “Llegaron pulóveres (así les dicen a las camisetas) a tal tienda”; hay que ir y comprar pulóveres. Pasa igual con la comida, con el color de la pintura y los zapatos: el cubano adapta lo que hay a lo que le gusta. “Está bueno el pulóver. Me lo pongo y voy echando”.

La escasa oferta también lleva a las señoras a salir siempre con su bolsa plástica, su “javita” en mano, para que la buena suerte de unas verduras o unos huevos no las agarre desprevenidas en la calle. Y aunque las bolsas también sean bienes escasos, no está de más hacer el esfuerzo para que el azul o el rosa del plástico combinen con la falda o la camisa.

Una de las primeras fotos que tomé fue la de doña Berta Hernández Samá, una mujer mayor con un infantil vestidito amarillo. Sin que le preguntara nada, me contó en segundos su pasado glorioso como cantante del Cabaret Castillo de Jagua en la calle G y 23, con el nombre artístico de Tania, varias infidencias del barrio, chismes de algunos vecinos y el nombre de todos sus perros. Todo esto mientras posaba ante la cámara con la renovada naturalidad de una estrella sobre el escenario.

LAS FERIAS
Mercadillos de fin de semana
 Locales callejeros regulados por el gobierno

- Gorras revolucionarias que prácticamente ningún cubano usa
- Vestidos de verano sencillos, de algodón (preferidos de las cubanas entre 20 y 40 años)
- Accesorios tejidos a mano

OTROS
 Aretes, collares y pulseras artesanales







FORMA DE PAGO
 Moneda nacional y cuc
 (moneda convertible equivalente al dólar americano)





TRAPISHOPPING

Tiendas de secundazos
Locales decorados con afiches
de la revolución

-  Antiguos trajes militares rusos
-  Casacas
-  Vestidos cincuenteros de mujer
-  Sudaderas setenteras
-  Bota campana
-  Chaqueta de aviador en imitación de cuero

OTROS

- Pelucas
- Hilos
- Peinillas

FORMA DE PAGO

Moneda nacional

ADEMÁS DE LA ESCASA pero variada oferta comercial, es tradición en La Habana mandar a hacer ropa a la medida en viejas tiendas de confección de barrio, conocidas como “ateliers”. Ahí offician costureros que han hecho la ropa de casi todos los cubanos nacidos antes de los setenta, sobre todo de las mujeres. Este oficio ha ido desapareciendo, pero es de los pocos que ha sobrevivido a la revolución. Todavía es frecuente encontrar algún aviso de atelier, aunque ahora funcione allí otro negocio o no haya absolutamente nada al interior del local.

En contraste con los ateliers, donde la ropa es hecha a la medida y el gusto, la generación que envejeció con la revolución también sufrió los rigores de las tiendas del Estado, donde las ventas eran con cupones de racionamiento y durante períodos limitados. Con el tiempo, estas tiendas fueron invadidas por donaciones de países amigos, como la antigua Unión Soviética, con prendas invernales absurdas para un país tropical. Fue la época de la moda de los pantalones caqui de tela gruesa rusa y vestimentas de bajo perfil que deprimían al comprador.

El período especial, entre 1991 y 1997, impuso mayores restricciones. Fue entonces cuando se popularizaron reuniones de trueque llamadas *troppings*, burlona alusión a los *shoppings* para divisa fuerte.



LA NUEVA GENERACIÓN prefiere mirar hacia afuera. La dificultad que tienen los cubanos para salir del país convierte a los viajeros en importadores de armarios para amigos y familiares. Las grandes maletas con ropa de colores, incrustaciones de pedrería y marcas prestigiosas (a veces incluso en versiones originales) llegan principalmente de Estados Unidos, España y recientemente de Ecuador.

Otra forma de "importación" ha comenzado a popularizarse. Los saldos de la temporada anterior de grandes tiendas son vendidos a bajo precio a intermediarios textiles que a su vez los revenden en países como Cuba. Por este mecanismo en 2009 llegaron 40.000 prendas de Zara a La Habana. El primer día se vendieron 5.000 dólares en productos, una suma exorbitante si se tiene en cuenta el precio de cada pieza y el presupuesto de los cubanos.

De fuera viene el lado "cool" de la vestimenta cubana: la ropa que los jóvenes prefieren para salir a pasear por "el sofá de La Habana", el Malecón, a la espera de alguna turista o algún fotógrafo con cámara al cuello y una sábana blanca colgada de dos listones. ●

— **NICOLÁS ORDÓÑEZ CARRILLO** (BOGOTÁ, 1977).
Creativo y fotógrafo de la Escuela de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños.

LO QUE LA GENTE TRAE

Grandes maletas de amigos y familiares



• **Pulóveres (camisetas) de:**

Grupos musicales
Marcas de moda (Armani, D&G)
Equipos deportivos



• **Ropa de colores llamativos**



• **Prendas con acabados en escarcha, dorados y plateados**

FORMA DE PAGO

Todas estas prendas se venden y revenden en cuc y mediante un circuito de voz a voz

