

Ropa que crea sonrisas

Cedida por Leporinos



Cedida por Leporinos

Leporinos, la marca que busca hacer sonreír a niños y no a la industria de la moda

REDACTADO POR: Daniella Romani y Ruth Vargas.

Mónica Bachué nunca pensó que su experiencia personal como paciente de paladar hundido y labio fisurado, fuera la motivación para crear el movimiento y la comunidad que hoy acoge su marca.

La diseñadora y artista pamplonesa cuando estudiaba en Estados Unidos, en la clase de ilustración de moda encontró una forma de expresar lo que la identificaba, pues el dibujo fue la primera herramienta que le ayudó a

comunicar su historia; donde, a pesar de realizar varios bocetos, no lograba terminarlos porque les hacía falta la boca, así que, como un gesto de rebeldía, y sin darse cuenta, les terminó pintado lo que ella llama “su boca”. Fue en ese momento cuando se dio cuenta que no había sanado todo lo que sentía frente a su labio leporino y como esto, de cierta manera, impactaba su autoestima.



Tomada por: Daniella Romani

Este descubrimiento la llevó a que su ilustración fuera bordada en una de las primeras piezas que la diseñadora realizó; sin embargo, al ser revisada por su mentora su comentario fue “muy lindo y todo, pero de lastima no se vive en la moda, la moda es banal y si quieres vender debe ser así”, lo cual causó que Mónica se replanteara el significado de la industria y el cómo quería operar allí.

Finalmente, en el 2016 determinada en ser la creadora de su marca, decidió regresar a su pueblo natal en Colombia, donde con un presupuesto moderado comenzó Velazca. Ella recalca que de cierta manera tenía que demostrarse a sí misma que todo lo que había estudiado, su carrera como abogada y diseñadora, junto con sus experiencias como compradora en Los Ángeles y otros eventos personales de gran impacto en su vida, debían sumarse para mostrarse a sí misma de lo que era capaz.

“La pandemia se convirtió en el mejor maestro, logré reorganizarme, ser más productiva y finalmente tomé la decisión de que mi marca debía llamarse leporinos”, expresa Mónica.

Así es como lanza su primera colección de niños y como bien afirma “soy atrevida, hice un lanzamiento en el museo y fue atrevido, pero al menos mi plata la vi invertida en algo que a mi pueblo le dio alegría”. Después de esto, uno de sus colaboradores en el taller de confección vio sus ilustraciones de leporinos y la animó a que sacara una camiseta estampada con una de estas.

La camiseta fascinó, tanto así que una de ellas llegó a las manos de una de las anesthesiólogas de la Fundación Operación Sonrisa, la cual apoya los casos de paladar hendido y labio fisurado en el país, la cual le consiguió una cita con los directivos de la misma, logrando así la posibilidad de presentar su idea. Mónica llevó una propuesta para resignificar lo que es nacer y vivir con esta condición, algo que para la fundación era demasiado artístico y nada parecido a las camisetas tradicionales que utilizaban para recoger fondos, así que al principio tuvieron muchas dudas.

Confiesa que “esto de feliz no tiene nada, pero existe una gran diferencia en cómo nos hacemos ver como leporinos, no es justo que nos sigamos mostrando desde la lastima, que pasaría si le ponemos arte y una prenda excepcional que cualquiera quisiera tener, transformando el significado de la palabra, enseñando que esto es lindo y me siento orgullosa de ser leporino”.



Tomada por: Daniella Romani



Tomada por: Daniella Romani

...En la clase de ilustración de moda encontró una forma de expresar lo que la identificaba, pues el dibujo fue la primera herramienta que le ayudó a comunicar su historia; donde, a pesar de realizar varios bocetos, no lograba terminarlos porque les hacía falta la boca, así que, como un gesto de rebeldía, y sin darse cuenta, les terminó pintado lo que ella llama “su boca”. Fue en ese momento cuando se dio cuenta que no había sanado todo lo que sentía frente a su labio leporino y como esto, de cierta manera, impactaba su autoestima.

Finalmente, la fundación aceptó, con ello Mónica comenzó a expandir su mensaje y sus diseños, pues además de asistir a las cirugías, conoció historias de niños que estaban recibiendo el apoyo para sus procedimientos; con ello sus clientes solicitaban más prendas con sus ilustraciones, convirtiéndose así en coleccionistas de historias con cada una de ellas.

Ella recuerda que “cuando me volví vocera y voluntaria dije: sí valió la pena estar en esta industria, admiro todo lo que hacen dentro de sus procesos tradicionales, pero mi marca es una marca que utiliza la moda como una herramienta, nosotros agarramos la industria para que nos sirva para otra cosa, no cumplimos con calendarios, tendencias, ni nada, pero me ha dejado lo más chévere: contar la historia de muchos que no han podido hablar”.

El ritmo ajetreado de la diseñadora solo lo paró la pandemia a inicios de abril del 2020, el cual se convirtió en un espacio perfecto para reevaluar su marca y conectarse con

lo que realmente amaba, así pues, decidió explorar con sus ilustraciones como artista, dibujar, pintar y hasta tatuar fueron mecanismos para acercarla a su verdadero propósito; “La pandemia se convirtió en el mejor maestro, logré reorganizarme, ser más productiva y finalmente tomé la decisión de que mi marca debía llamarse leporinos”, expresa Mónica.

Leporinos tiene el objetivo de apoyar el proceso de información y concientización sobre el paladar hendido y labio fisurado, tanto en Colombia como en cualquier parte del mundo, donde existan niños que necesiten apoyo o haya gente dispuesta a ponerse las prendas de la marca. El propósito se estará cumpliendo pues hoy cualquier persona desde su forma de vestir o al poseer una obra de Mónica, estará siendo un vocero más de esta comunidad.



Es posible conseguir las prendas de la marca por medio las redes sociales, en Instagram tiene una cuenta como @leporinos donde Mónica visibiliza su gran trabajo; además, es posible ver las obras de arte en esta misma red como @monicabachue.