



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

INTERCULTURALIDAD EN LA INDUSTRIA EDITORIAL DE LA
MODA. REVISTA MOIN.

PROYECTO DE DESARROLLO
INTERCULTURAL QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DESARROLLO Y GESTIÓN INTERCULTURALES

PRESENTA
LESLIE BRISEIDA OSORIO ALEMÁN

ASESOR
DR. ALÍ ARTURO MARTÍNEZ ALBARRÁN

CIUDAD UNIVERSITARIA, CD. MX 2022.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

1. Introducción	5
2. Descripción del contexto de intervención	6
3. Planteamiento del proyecto	7
4. Localización física y ámbito territorial	8
5. Destinatarios	9
6. Objetivos	14
6.1 Objetivo general	14
6.2 Objetivos específicos	15
7. Justificación	15
8. Pertinencia intercultural	16
9. Recursos para el desarrollo del proyecto	20
10. Seguridad. Contexto social del espacio de incidencia	20
11. Marco interpretativo	20
1. Patrimonio cultural	21
1.1 Patrimonio textil	23
2. Industria de la moda	25
Coloquio de Moda, Arte y Diseño presentando por INNOVAUNAM y FAD (diciembre)	26
Espacio de encuentro “ORIGINAL” presentado por la Secretaría de Cultura (noviembre)	26
Exposición “México Textil Centro”, presentada por el Museo de Arte Popular (agosto- enero)	27
Primer Coloquio Internacional sobre Moda, Indumentaria y Textiles en Iberoamérica, presentado por el Instituto de Investigaciones Estéticas (noviembre- diciembre)	27
12. Metodología para el diseño del proyecto	30
12.1 Análisis FODA	31
12.2 Identificación del mercado meta	32
12.3 Planeación estratégica	34
12.3.1 Objetivo	34

12.3.2	Objetivos específicos	35
12.3.3	Misión	35
12.3.4	Visión.....	35
12.3.5	Valores	35
12.3.6	Meta	36
12.3.7	Organización editorial.....	36
12.3.8	Diseño de la publicación.....	38
12.3.9	Plan de la obra	38
12.4	Implementación	42
12.4.1	Costos.....	43
12.4.2	Plan de difusión en redes	46
12.4.3	Cronograma de las publicaciones.....	47
13.	Calendario de trabajo	50
14.	Evaluación de la propuesta.....	51
15.	Consideraciones finales	51
16.	Bibliografía	53
	Referencias.....	54
16.	Anexos	56
	Anexo 1. Formato de encuesta.....	56
	Anexo 2. Publicación en Redes Sociales.....	57
	Anexo 3. Diseño de la Revista.....	58
	Página Legal.....	58
	Página Editorial.	59
	Diseño del Sitio Web.....	60

Agradecimientos

A mi madre, la persona más fuerte y capaz que conozco, que con su apoyo, amor y cariño me ha permitido cumplir mis anhelos.

A Elmer, mi hermano, ejemplo constante y aquella persona que me hizo añorar ser parte de esta comunidad, de este sueño y estuvo presente para poder lograrlo.

A Mariana, por siempre confiar en mí, por estar, por escuchar y siempre darme su opinión y consejos que me ayudan a mejorar.

A Mi amor y Candy, hermosas e incondicionales compañías, protectoras de mis sueños y compañeras de mis desvelos.

A mi familia, por siempre creer en mí y alentarme a hacer aquello que quiero.

A mis amigas, que fueron parte importante de todo este recorrido y con su compañía, alegrías y risas hicieron posible su culminación.

A Alí, mi asesor, por apoyarme y asesorarme en todo este trabajo. Por escuchar y confiar en mis ideas y alentarme a escribirlas.

A mis profesores, por compartir sus conocimientos y pasión por aquello que les interesa. Por apoyarme en esta recta final y formar parte de ella.

A mí, porque aún después de mil obstáculos he logrado concretar una parte importante de mi vida.

1. Introducción

La apropiación cultural indebida en México se narra casi siempre como un homenaje a las raíces de este país. (Gil, 2020). Pineda Covalin, Rapsodia, Marc Jacobs, Carolina Herrera y muchos diseñadores más que componen esta lista, han sido los actores principales detrás de cada uno de los acontecimientos que engloban esta problemática y que de manera actual no guarda alguna novedad. Mencionar la toma de elementos culturales basada en el argumento de *inspiración* u *homenaje*, ha sido más común de lo que se pudiera imaginar.

Identificar con precisión el momento que dio pie a estos sucesos resulta casi imposible de señalar, pues han sido varios y se han dado de forma gradual, pero siempre bajo un mismo fin: emplear el extractivismo estético en los textiles artesanales que representan a cada comunidad originaria de México y otras partes del mundo.

Una de las maneras en que se percibe esta realidad tangible en una determinada localidad o contextualidad son las revistas, es por ello que, debido a la falta de fuentes de difusión y registro del trabajo textil se ha optado por desarrollar la propuesta de creación de una revista de moda que implique una perspectiva intercultural, misma que posibilite el conocimiento de cada uno de los actores que se encuentran inmiscuidos en el diseño textil mexicano. Así como mostrar las competencias que poseen, para que tanto ellos como sus prendas sean reconocidas como actores y piezas de la industria de la moda.

Esto con base en el trabajo limitado que han realizado revistas como *Vogue*, *Elle*, *Harper's Bazaar*, entre otras, las cuales ha enfocado su interés y atención en temas relacionados con la exaltación del folclore mexicano a través de diseñadores conocidos. Si bien existen revistas enfocadas a la “moda alternativa” y las tendencias actuales, también hay otras tantas en donde el enfoque recae en la divulgación cultural, sin dar cabida a una visibilización de la intersección que existe entre los actores y sus productos. Cabe señalar que estas revistas se enfocan a diseñadores no conocidos y lanzamientos de nuevos talentos, pero dentro de un circuito de moda que presenta, nuevamente, estas carencias.

Es así, que mediante una publicación periódica se pretende difundir y visibilizar la importancia de este tipo de patrimonio cultural y cómo juega un papel relevante dentro de la industria de la moda, permitiendo ver los elementos que poseen para posicionarse como activos en la industria.

Aquí es importante señalar que se hará referencia a los trabajadores de los textiles como “artesanos”, con base a los argumentos realizados por sí mismos mediante las marcas que han creado y como reconocimiento propio de su labor y autonombramiento, así como argumentos realizados por algunos autores que abordan el tema. Uno de ellos es Julia Clemente Orozco, antigua artesana zoque, que remite a la noción de un mundo artesanal en movimiento que nos acerca a los diferentes territorios y artesanos que asumen la confección textil como herencia directa de la tradición, esto, por medio de su obra literaria “El arte de formar y la artesanía del saber”. (Orozco, 2009).

2. Descripción del contexto de intervención

El mundo de la moda o industria de la moda se refiere a un proceso creativo que tiene la finalidad de representar y confeccionar prendas de vestir principalmente. La moda representa: gustos, costumbres, usos e identidades conservadas y preservadas en el tiempo. En el caso de los artesanos textiles, el trabajo creativo es parte de los activos más preciados, porque reflejan y representan su contextualidad, simbolismos, tradiciones, cosmovisión y costumbres que son parte de su vida cotidiana.

Dentro de estas comunidades el diseño textil se presenta como algo que va más allá del vestir, sus productos comprenden aspectos que trastocan parte de su identidad. Se trata de un proceso creativo de manera conjunta y colectiva. Las comunidades indígenas se posicionan como un participante competente para este sector, pues los productos que éstas ofrecen representan elementos originales y adaptables a contextos sociales, en donde su ingenio y creatividad se hacen presente. Por otro lado, la apropiación indebida sigue siendo una práctica común de empresas y marcas comerciales.

Por lo menos 8 marcas internacionales de ropa han sido acusadas de plagiar diseños indígenas. Zara, Mara Hoffman, Pineda Covalín, Rapsodia, Madewell, Intropia, Mango y Isabel Marant son las marcas que, hasta ahora, se ha reportado que cometen plagio a diseños tradicionales indígenas sin dar crédito, regalías o retribuciones a las culturas y artesanas/artesanos de quienes las toman. (Velázquez, 2018)

La problemática que se presenta en base a estos dos puntos resulta en la arbitrariedad e injusticia que se da en el reconocimiento del trabajo, propiedad, memoria

compartida y precaria retribución económica hacia los actores, esto por el hecho de no encontrarse amparados bajo una marca, diseñadores de renombre o una amplia y oportuna difusión.

Por ello, es que se opta por un medio de comunicación visual como herramienta de reconocimiento, visibilización y difusión, teniendo como objetivo no sólo estos aspectos, sino poder entender y valorar los elementos y el patrimonio cultural que compete a cada comunidad desde el sector en el que se encuentran y en el que participan. Entendiéndolo como algo cambiante, maleable y competente y no como algo prístino, inerte o estático.

3. Planteamiento del proyecto

El proyecto nace a partir de la identificación de problemáticas relacionadas con la apropiación cultural y el extractivismo estético relacionado con el patrimonio cultural textil. Además de la falta de difusión y reconocimiento a través de publicaciones periódicas. En nuestro caso, en esta primera fase del proyecto, comprenderá a los actores que se sitúan principalmente en la CDMX, permitiendo, en lo sucesivo, abordar entidades del país para lograr una apertura de espacios y contenidos.

El propósito de ello recae en la inclusión de los distintos universos que se revelan en las más variadas expresiones, llenas de conocimiento y de experiencias acumuladas, en las que se articulan maneras de pensar, de hacer y de sentir. La falta de protección, de reconocimiento, de difusión y de visibilización han generado problemáticas con respecto a estos elementos, así como hacia sus actores, herencia y memoria colectiva que se materializan a través de ellos.

Por medio de esta publicación digital, que comprende una intersección entre diferentes temas, pero a la vez complementarios, se busca incidir de manera positiva en los diversos contextos y en la práctica que representa estos elementos culturales y a los portadores de sus tradiciones.

4. Localización física y ámbito territorial

La Ciudad de México como una de las más grandes Metrópolis que concentra cuatro tipos de movilidad humana: origen, destino, tránsito y migración de retorno (SEGOB, 2018), por lo que es un espacio de intercambio cultural, donde cada uno de sus elementos se hacen presentes y toman lugar dentro de sus dinámicas, enriqueciendo el intercambio cultural de esta zona.

De norte a sur, a lo largo y ancho de su extensión, se encuentran sitios específicos que albergan a cientos de artesanos mexicanos, en donde la actividad de intercambio y venta se hace presente. Se pronuncia como una urbe diversa e incluyente, que se materializa a través de los elementos culturales que la acompañan y se dinamizan dentro de ella. Es por ello, que se pretende abarcar principalmente al público de la CDMX, así como a los artesanos que darán pie a este proyecto.

La Ciudad cuenta con 16 alcaldías en donde se distribuyen los diversos puntos de compra y venta de textiles artesanales, así como de lugares que tienen por objetivo difundir, preservar y visibilizar el patrimonio textil de las diferentes regiones que comprenden al territorio mexicano. Dentro de estos puntos, existen espacios que sobresalen ante la difusión que se les ha dado. Se trata de algunos lugares ubicados en las alcaldías que comprenden a la CDMX:

- La Ciudadela-Cuauhtémoc
- Mercado Artesanal de Coyoacán
- Mercado Artesanal Mexicano
- Tianguis Artesanal San Jacinto, San Ángel
- Mercado de Artesanías de San Juan
- Centro Artesanal Plaza Garibaldi
- Museo de Arte Popular
- FONART
- Tienda de Artes de México
- Centro Artesanal Buenavista

Es así, que la CDMX es el espacio idóneo para la captación del público y la participación de actores, en donde las distintas dinámicas y la diversidad de espacios y

sujetos, dan cabida a un sinfín de encuentros, intercambios, mezclas y simbolismos que se reinventan y se comparten dentro de ella, posicionándose como un espacio de diversidad cultural.

5. Destinatarios

La revista aborda temas sobre textiles elaborados por colectivos comunitarios provenientes de diversas áreas del país, es por ello que el público objetivo de este proyecto abordará primeramente a la población de la CDMX y Estado de México que comprende un público entre los 25 y 44 años de edad, desarrollando el tema a través de un contenido basado en gustos, intereses, experiencias y percepciones que toman como base la diversidad de pensamientos e inclinaciones de esta categoría de edad. Considerando que los contenidos de la revista tendrán una óptica de inclusión entre los actores y el público objetivo.

El público meta al que se pretende enfocar esta propuesta es considerado dentro de la CDMX, ya que los actores principales que serán entrevistados pertenecen a esta demarcación. Esto no excluye que exista interés de otros lectores que se encuentren tanto al interior del país como en el extranjero. Se pretende que en el futuro el desarrollo de los contenidos se extienda a otras comunidades de los diversos estados de la República, en función del interés e impacto que vaya adquiriendo la revista.

Con base en artículos, anuncios, listas de comercios, entrevistas, fotografías, recomendaciones, reseñas, sitios de interés, tendencias, colecciones y contenidos afines, es que se espera alcanzar el objetivo antes propuesto, dando como resultado no solo una difusión de su trabajo y del papel que desarrollan mediante el mismo, sino que de igual manera se espera dar a conocer la importancia y alcance que pueden llegar a tener en otros sectores.

De acuerdo con datos del INEGI, México posee una población total de 126,014,024 habitantes hasta el año 2020. Del total de los habitantes 64,540,634 corresponden a su población femenina, de los cuales 19,154,726 integran a nuestro público objetivo, es decir, principalmente mujeres de entre los 25 y los 44 años, lo que representa el 29.6 % de la población femenina. Así mismo de este porcentaje se debe

excluir aquel público que no tenga un interés por la moda y añadir al público masculino que esté interesado en los temas.

CIUDAD DE MÉXICO

EDAD	POBLACIÓN	PORCENTAJE
25-29 años	380,208	7.9 %
30-34 años	380,163	7.9 %
35-39 años	365,305	7.6 %
40-44 años	352,995	7.3 %
TOTAL	1,478,671	30.7 %

Ilustración 1 Tabla sobre población total de 25-44 años de la CDMX

La Ciudad de México cuenta con una población total de 9,209,944 habitantes, de los cuales 4,805,017 integran su población femenina. Nuestro público objetivo engloba a la población femenina de entre 25-44 años de edad, representando así el 30.7 % de la población total femenina de la CDMX.

ESTADO DE MÉXICO

EDAD	POBLACIÓN	PORCENTAJE
25-29 años	699,594	8 %
30-34 años	668,246	7.6 %
35-39 años	657,610	7.5 %
40-44 años	633,375	7.2 %
TOTAL	2,658,825	30.3 %

Ilustración 2 Tabla sobre población total de 25-44 años del Estado de México

El Estado de México cuenta con una población total de 16,992,418 habitantes, de los cuales 8,741,123 integran a su población femenina. Nuestro público objetivo engloba a la población femenina de entre 25-44 años de edad, representando así el 30.3 % de la población total femenina del Estado de México.

De acuerdo a las cifras publicadas por el INEGI sobre el uso de internet, la estadística del 2020 abarca solamente los datos relacionados con la “condición de uso de internet”, es decir si la población tiene o no acceso a una conexión. Los datos que hacen una segmentación de grupos sobre el tipo de dispositivos que se utilizan para acceder a internet solo se publicaron en los datos de 2018, por lo que se toma en cuenta la segmentación por género.

Considerando que internet es una forma de acceso a la información y servicios que es indispensable hoy en día. La estadística nos muestra lo siguiente:

- 72.0% de la población mexicana (84.1 millones de personas) usó internet, según la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares.
- El 96.0% de las y los usuarios de internet utilizó un *smartphone* como equipo más frecuente para conectarse a internet. (INEGI, 2021)

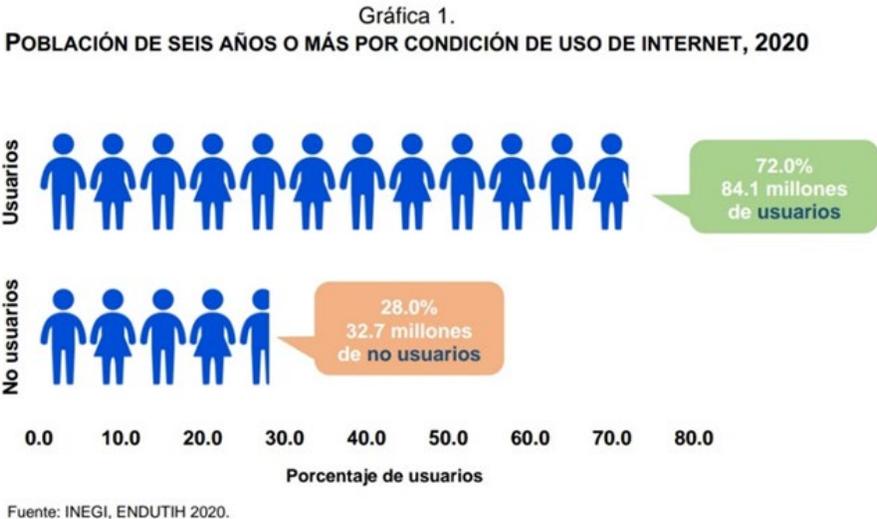


Ilustración 3 Uso de internet. INEGI, 2020.

De acuerdo a los datos, las mujeres de entre 25-44 años de edad abarcan el 10.4 % de la población que es objetivo de la publicación.

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE USUARIOS EN INTERNET POR GRUPOS DE EDAD (MUJERES) 2018	
Rango de edad	Porcentaje
25- 34 años	10.4 %
35- 44 años	8.7 %

Ilustración 4 Usuarios en internet por grupos de edad 2018 (mujeres)

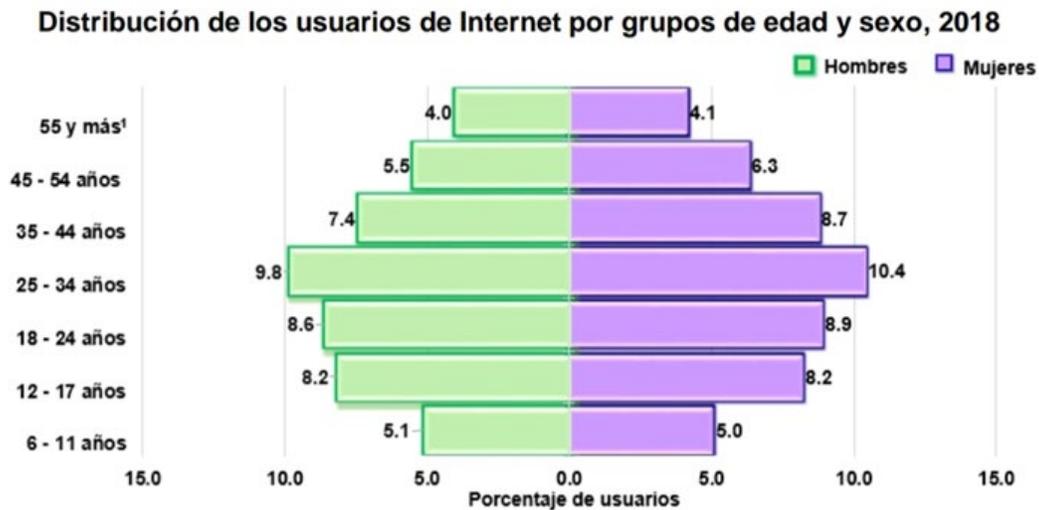


Ilustración 5 Distribución de los usuarios de Internet por grupos de edad y sexo, 2018.

En el 2020 se realizó una distribución porcentual de usuarios de internet por grupos de edad de manera general, en donde se pudieron recabar los siguientes datos:

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE USUARIOS EN INTERNET POR GRUPOS DE EDAD (HOMBRES Y MUJERES) 2020		
Rango de edad	Porcentaje	Población
25-34 años	19.1 %	16.1 millones
35-44 años	16.4 %	13.8 millones

Ilustración 6 Tabla distribución porcentual de usuarios en internet por grupos de edad, 2020.

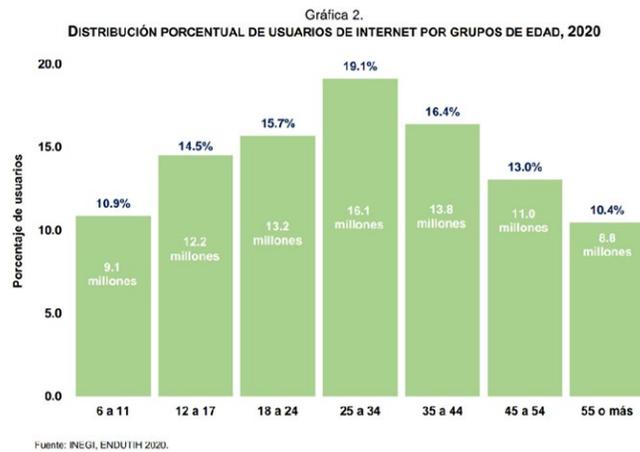
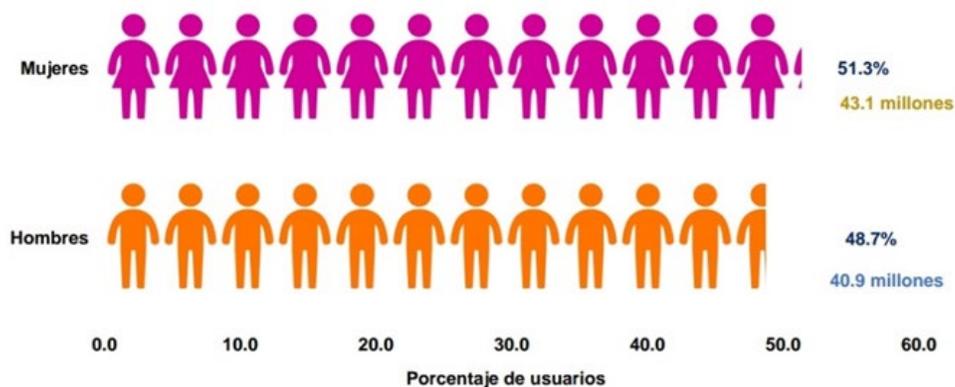


Ilustración 7 Distribución porcentual de usuarios en internet por grupos de edad, 2020.

Del total de usuarios de internet, 84.1 millones de personas fueron mujeres, es decir, el 51.3%; de manera general, el 90% de los usuarios que tienen acceso a internet lo usan para entretenimiento.

Gráfica 3.
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE USUARIOS DE INTERNET POR GÉNERO, 2020



Fuente: INEGI, ENDUTIH 2020.

Ilustración 8 Distribución porcentual de usuarios de internet por género, 2020.

La revolución digital y el auge de las redes sociales han cambiado el modo en que las personas viven, se relacionan y consumen, de manera que el rango de edad elegido constituye a un público propicio para esta propuesta. (Revista Prisma Social, 2018).

Nuestro público objetivo se basa especialmente en la población femenina, ya que se trata del principal grupo de interés en la industria de la moda y la industria editorial de moda.

Según datos de un informe de AIMC Q Panel, las mujeres lideran el consumo de revistas tanto en papel como en formato digital: un 72% de las mujeres afirman haber leído alguna revista en papel durante los últimos 6 meses frente al 63% de los hombres. En el caso de las revistas digitales, los porcentajes son: 30% y 25%, respectivamente. (AIMC, 2020).

6. Objetivos

6.1 Objetivo general

Crear una publicación periódica digital que sirva de medio de reconocimiento a los miembros de las comunidades indígenas de la CDMX, como sujetos activos en la

industria de la moda, generando un canal de difusión del diseño textil como parte del patrimonio cultural.

6.2 Objetivos específicos

- Establecer una publicación periódica como medio de visibilización y reconocimiento del trabajo y del diseño textil de las comunidades indígenas.
- Diseñar y programar el sitio web de la publicación.
- Establecer un plan editorial de publicaciones.
- Establecer criterios de selección de los productos textiles para su publicación.
- Determinar el diseño textil de las comunidades indígenas como potencial cultural y creativo dentro del mundo de la moda.
- Posicionar la revista como un medio y espacio del proceso creativo que valora e incluye a la diversidad cultural a través de las creaciones textiles, dando a conocer la significación y valor que tienen para sus comunidades.

7. Justificación

En el medio de la moda no existe una equidad en el reconocimiento del trabajo de un diseñador y de un artesano. Se reconoce el trabajo del primero dejando de lado e invisibilizando el trabajo del segundo.

Se ha podido observar que la falta de reconocimiento toma lugar hasta el momento en el que una prenda llega al escaparate o forma parte de un desfile. Ejemplo de ello es el caso del diseñador estadounidense Michael Kors, que en el 2019 presentó un poncho dentro de su colección de primavera (BBC, 2019), mismo que contenía similitudes con una prenda mexicana artesanal que ha estado presente durante mucho tiempo en la sociedad mexicana y que cobró valor e interés al momento de presentarse en un desfile. En el contexto nacional se ha hecho uso de diseños con base en la inspiración de las raíces o el folclore mexicano, lo que permite, en cierto modo, recuperar las tradiciones y los elementos dentro del diseño.

Internet se ha convertido en la fuente de información principal de las personas, el contexto digital amplía las posibilidades y la moda se ve inmersa en una revolución tanto

informativa como comercial, convirtiendo al medio digital en el canal mas apropiado para la difusión de tendencias. (Revista Prisma Social, 2018).

En este sentido y con esta propuesta no sólo se trata de establecer un canal adecuado de difusión del trabajo textil, sino del reconocimiento e inclusión de la diversidad cultural dentro de esta industria. Actualmente, no existe algún medio especializado que aborde como tema central el diseño textil de las comunidades o canales que se constituyan como foros de expresión o reflexión, análisis y difusión de este tipo de iniciativas.

8. Pertinencia intercultural

La megadiversidad que existe en México está conformada por personas y grupos culturalmente diferentes. Se trata de actores que poseen formas distintas de mirar, entender, construir y reconstruir el mundo. Partiendo de la igualdad y el respeto, la diversidad cultural es un tema que resuena en la época actual, pues no sólo se trata de entender y aceptar que existen otras formas de querer mirar, sino que, de igual manera, refiere a aspectos culturales que van más allá de elementos relacionados con el concepto de folclor, los cuales se encuentran inmersos y ligados con aspectos particulares dentro de un contexto y grupo social determinado. Éstos generan expresiones culturales compartidas favoreciendo en todo momento el diálogo, el respeto y la integración mutua.

La diversidad cultural se trata de una gran riqueza para las personas y las sociedades. La protección, la promoción y el mantenimiento de la diversidad cultural son una condición esencial para un desarrollo acertado en beneficio de las diversas generaciones (UNESCO, 2005). Las costumbres, tradiciones y elementos culturales forman parte de ella. Algunos se relacionan con costumbres, contextos y cotidianidades que forman parte de un patrimonio tradicional.

En la actualidad, todo elemento relacionado con aspectos culturales, está inmerso en un entramado de significados y perspectivas muy variadas. Ante esto, resulta necesaria la incorporación de un enfoque intercultural para la construcción de una sociedad justa y equitativa, en donde ésta última sea parte de los pilares que sostengan esta propuesta.

El reconocimiento de los distintos grupos que intervienen en esta propuesta está encaminado a la difusión del patrimonio textil, por lo que los actores están involucrados con el diseño y la confección de productos, que en ocasiones son invisibilizados por el mismo medio de la moda.

Como vimos anteriormente, cuando nos referimos al “mundo de la moda”, nos viene a la mente la idea de lujo, glamour, elegancia, estilo, marcas, color, diseños y el elemento sustancial que constituye a esta industria: la creatividad. Sin embargo, convergen aspectos que van más allá del simple vestir o de su estética. Se trata de elementos intangibles que logran traspasar barreras y consiguen materializarse a través de creaciones tangibles. Lo tangible permite representar lo intangible, y lo intangible permite simbolizar lo tangible.

Bajo esta perspectiva, toma presencia tanto en las creaciones textiles como en los accesorios que muestran elementos culturales propios de las comunidades indígenas, en los que presentan una coyuntura en relación a los diversos significados y enfoques que cada sector le ha inferido a lo largo del tiempo. Su transformación se ha presenciado en la forma de su fabricación y difusión que ha sido alcanzada por la globalización, ofreciendo nuevos elementos, herramientas y mercados para una mejor producción y valoración.

En la actualidad, se han suscitado conflictos de propiedad intelectual en torno a diseños creados originalmente por colectivos indígenas. Sus elementos culturales han sido usados sin recibir ninguna retribución ni reconocimiento por su trabajo. Esta creatividad colectiva, herencia y patrimonio común, se ha visto amenazada a través del robo de diseños en donde los patrones confeccionados y plasmados en la indumentaria y vestuario, han sido plagiados por diseñadores de renombre, con el fin de emplear y utilizar un extractivismo estético, mismo que deja fuera todos los componentes sociales y culturales que le dan sentido y forma. Éste contribuye al crecimiento de capital y reconocimiento dentro de la industria y sus figuras principales, sin dar crédito, valor o reconocimiento a los creadores originales.

Si bien existe la Ley Federal de Protección del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas que responde a:

Reconocer y garantizar el derecho de propiedad de los pueblos y comunidades indígenas y afromexicanas sobre los elementos que conforman su patrimonio cultural, sus conocimientos y expresiones culturales tradicionales, así como la propiedad intelectual colectiva respecto de dicho patrimonio. (Ley Federal de

La falta de regulación de ésta misma, ha dado pie a la continuidad de problemáticas como las ya mencionadas. Si queremos emplear los Derechos de Autor o Propiedad Industrial, ninguno de estos modelos responde a las cosmovisiones, practicas o patrimonio común de las comunidades. Consecuencia de ello es que los mecanismos legales se ven reducidos y las acciones en pro de su protección pasan desapercibidas o no son reconocidas.

La diversidad de expresiones y creaciones artísticas y culturales se ven afectadas año con año frente al uso sin consentimiento y la sustracción de elementos y patrimonio cultural de las comunidades indígenas. Como se ha mencionado anteriormente en los últimos 8 años se han presentado algunos casos de apropiación cultural dentro del territorio mexicano, sin dar reconocimiento a sus autores originales. Ejemplo de ello y de manera más profunda, podemos mencionar dos casos: En julio de 2018 la comunidad de Aguacatenango, Chiapas acusó a la marca española ZARA del robo de uno de sus bordados típicos. Similar a este ejemplo, en 2015 la firma francesa de moda Isabel Marant, presentó dentro de su colección titulada *Etoile primavera-verano* diseños similares al de los bordados en blusas de Santa María Tlahuitoltepec, Oaxaca. La justificación ante este tipo de acciones recae en el argumento del proceso creativo y la toma de elementos por parte de los diseñadores de renombre.

Lo que se pretende en este proyecto es visibilizar el trabajo de los artesanos y otorgar el reconocimiento que tiene su labor, en las que se manifiestan elementos de la cultura e identidad de los pueblos y comunidades indígenas. Por ello me parece necesario utilizar la comunicación visual a través de una publicación para poder transmitir la idea que mejor se adapte al contexto y las necesidades que convergen a esta problemática. Ante esto, resulta necesario generar un espacio de inclusión que no solo dé a conocer, sino que reconozca a la vez a las personas y las expresiones tan diversas que se presentan y desarrollan día a día dentro y fuera de la industria. (Senado de la República, 2010)

Se trata de una herramienta que genere un alcance que logre disipar la barrera social y de contenido creativo que se ha presentado dentro de esta industria a lo largo del tiempo. Un medio de comunicación que proporcione evidencia, denote nuevos procesos e incorpore enfoques diversos, con el fin de expandir su uso y así generar un mayor

impacto, modificando acciones posteriores y orientando hacia el logro de resultados que fomenten la provisión de beneficios de calidad con valor social.

Las imágenes posibilitan una relación, acercamiento y contacto entre el mundo y los individuos, así como lo que se ofrecen de manera mutua. Se nos transmite información de forma codificada con el fin de suplir o crear necesidades particulares que posteriormente serán asimiladas (Aparicio y, 2006). La imagen transforma el momento, el contexto, la forma o el objeto, representa el instrumento de expresión visual idóneo para la industria de la moda.

El papel que han jugado las revistas en esta industria ha repercutido en cierta forma de manera positiva, pues se ha posicionado uno de los medios principales de proyección y difusión de la misma. Durante muchos años, este medio fue la principal herramienta de difusión que permitió acercar al público, convirtiéndose en un espacio de los estándares y criterios que la regían.

En el año 2018, las revistas más influyentes en el mundo de la moda apostaron a la integración de la diversidad cultural en el diseño de su contenido y en el contenido mismo. *Vogue*, *Marie Claire*, *Harper's Bazaar* y *Cosmopolitan* convocaron para las portadas de sus ediciones estadounidenses a figuras reconocidas del medio del espectáculo y la música, tales como: Beyoncé, Kanye West, Zendaya y Vanessa Hudgens, para dar a conocer y representar parte de la diversidad cultural existente alrededor del mundo. Aunado a esto se presenta un factor y componente central dentro del tema de la industria de la moda a nivel mundial y es la falta de protección, divulgación, visibilización y reconocimiento de la indumentaria textil y sus productores.

La consecuencia es la invisibilización de ciertos grupos culturales que culmina en la apropiación cultural, pues el tema central que deriva de la diversidad recae en una idea errónea que no permite visibilizar a los actores y las prácticas reales que engloban este tema. La errónea idea de diversidad, que tiene fines comerciales y publicitarios sin representar una diversidad real, basa sus principios en asuntos de percepción que pueden modificarse fácilmente de acuerdo a los fines comerciales y elementos que se emplean para comunicar un mensaje.

9. Recursos para el desarrollo del proyecto

Los recursos necesarios para la elaboración del proyecto serán:

- Recursos humanos
Es el equipo de trabajo que elaborará la revista.
- Recursos materiales
Son aquellos que servirán para la ejecución de las acciones dentro de la revista como administración, oficina, equipos, etc.

De manera específica se abordarán estos apartados en la sección de inversión inicial, en donde se describen los recursos necesarios e indispensables para el desarrollo del proyecto.

10. Seguridad. Contexto social del espacio de incidencia

Las actividades que se realizarán en la revista se harán en la zona urbana de la CDMX, en su mayoría, los actores principales en el ámbito textil residen en esta ciudad. En algunos casos, se podrá trabajar de forma remota a través de videollamadas.

La zona de trabajo cuenta con todos los servicios urbanos y puede brindar servicios de emergencia confiables, para cualquier situación o imprevisto que se presente. En todos los casos, se deberán tomar las medidas pertinentes para el trabajo de campo.

11. Marco interpretativo

Debido a que esta propuesta tiene como objetivo reconocer a las comunidades indígenas como sujetos activos en la industria de la moda y así generar un impacto que posibilite el conocimiento y reconocimiento del diseño textil como parte del patrimonio cultural, es que se retoman y se desarrollan cinco conceptos que resultan fundamentales para esta investigación y proposición.

El presente apartado establece dos constructos que contemplan elementos incidentes dentro de cada uno. Por un lado, se presenta la relación general que conlleva el concepto de cultura con los elementos culturales que la cimientan, forjando así uno de los componentes principales para esta propuesta: el patrimonio cultural. En segundo lugar, se expone la relación que existe entre el conocido mundo de la moda y la editorial de moda que ha fungido como herramienta sustancial dentro de esta industria.

De este modo, se espera enlazar los dos constructos y generar información significativa que sustenta la presente propuesta, en donde se logre esclarecer cómo esta industria infiere de manera negativa o positiva dentro de una cultura y un patrimonio común.

1. Patrimonio cultural

Para el sociólogo español, Daniel Muriel, el patrimonio cultural define un campo de actuación que tiene que ver con las representaciones colectivas del sentido. Identifica, por lo tanto, lo que es propio de una colectividad, ya sea un grupo, una comunidad, un pueblo, una nación o una sociedad. Es primero y, ante todo, identidad puesta en escena, identidad viva. Se hace desde el elemento fundamental que articula todo patrimonio cultural: la construcción de una relación patrimonial. Es una relación que puede ser definida como aquella que surge de los procesos de patrimonialización y de la que emerge el objeto patrimonio cultural y el sujeto que lo hace suyo. Se está describiendo, por lo tanto, una relación entre un sujeto que posee y un objeto poseído: el patrimonio cultural en todas sus posibilidades y materializaciones define un ámbito de lo propio, lo que nos pertenece y lo que nos define. (Muriel, 2019)

El patrimonio cultural es la herencia cultural propia de una comunidad, mantenida hasta la actualidad y transmitida a las generaciones futuras. Existe una confrontación entre la conceptualización tradicional y la conceptualización moderna sobre lo que se denomina patrimonio cultural, y es así como una de las problemáticas inmersas en esta confrontación, es el hecho de que los grupos hegemónicos se apropien de manera material y simbólica del patrimonio de las comunidades, y a causa de esto, se puede caer en esencialismos y folclorización de las prácticas culturales producidas y reproducidas por los mismos individuos que las rodean.

La folclorización de la cultura representa una problemática ya que, por medio de ella se pueden perder los contenidos culturales que comprenden a sus tantas prácticas. Así mismo, representa una interrogante al tratar de responder al criterio de autenticidad, poniendo de por medio la negación que puede presentar el patrimonio.

De las cuestiones principales que afectan a este aspecto cultural, es el no reconocimiento de los denominados *portadores de la cultura*. Se trata de sujetos que se encargan de reproducir estas prácticas y, por ende, son vistos como dueños legítimos de sus manifestaciones culturales.

El papel que juegan, es una de las problemáticas más importantes dentro del contexto patrimonial. En su mayoría, cuando se refiere a patrimonio cultural, se tiene una noción visible sobre lo que significa la práctica y lo que ésta conlleva. Sin embargo, la mayor parte del tiempo, el reconocimiento a quienes logran su reproducción día a día y que permiten que ésta siga existiendo, es casi nulo. Se sabe que este patrimonio es transmitido entre generaciones y sin duda, resulta esencial reconocer el papel de sus actores, ya que sin ellos no podrían ser posibles.

Según Roberto Montenegro en su libro titulado *Expresiones del arte popular mexicano*, establece que uno de los momentos claves de la política pública en torno al arte popular mexicano ocurrió en la década de los años setenta, con la creación del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), institución que contempló, originalmente, acciones de investigación, fomento, capacitación y comercialización de las artesanías, y desde donde surgieron, posteriormente, casas o institutos en diversos estados de la República. Sin embargo, en los inicios del siglo XXI, cuando las políticas nacionalistas e indigenistas se dejaron atrás, la producción artesanal quedó atrapada entre las políticas de acción social y de promoción turística del Estado, las cuales no alcanzan a cubrir las expectativas y necesidades del sector artesanal contemporáneo. (Montenegro, 2017)

Resulta preocupante, que el patrimonio cultural de manera institucional, es visto como un recurso de ingresos económicos que, si bien las organizaciones a cargo de él cumplen con la función de proteccionismo, toman esto como evasiva para hacer uso de los ejercicios reconocidos y emplearlos como parte de los insumos del turismo. La denominación de patrimonio cultural trae consigo un sinnúmero de contrariedades, y lo rescatable de esto sería el beneficio hacia los grupos que poseen este tipo de prácticas, pues no sólo el elemento o la práctica en sí es reconocida y valorada, sino que de igual manera los portadores de la cultura adquieren un papel visible ante un mayor número de

personas. Lo contradictorio es que recae en el hecho de que las prácticas que hasta la fecha no han sido reconocidas como patrimonio cultural de forma institucional, no presentan un reconocimiento de la misma magnitud. El valor y reconocimiento de la práctica en sí es regular, pero si se trata del valor y reconocimiento que se les da a los portadores de este patrimonio, se habla de algo casi nulo, y más aún cuando se posicionan frente a grandes marcas que lo extraen y separan del contexto al que pertenece.

El antropólogo mexicano y director del Centro INAH Yucatán, Eduardo López Calzada, en su colaboración literaria “El hilo continuo. La conservación de las tradiciones textiles de Oaxaca”, indica que la belleza de cada una de los elementos culturales que representan e identifican a cada comunidad, es eminente. Debido a que el material, la creatividad y la contextualización bajo el que son elaborados requiere de un manejo y cuidado especial, es que se alude al proteccionismo de este patrimonio como una herencia común e interés mundial. (Kathryn, 1997)

Debido al contacto con las culturas occidentales, se ha generado una paulatina transformación de los valores culturales y los objetos que se poseen son un patrimonio invaluable tanto para las comunidades indígenas como para el resto del mundo. Ante esto, resulta importante evitar la pérdida de significados que conllevan estas prácticas o elementos culturales designados como patrimonios. La práctica y el papel tan relevante que juegan los sujetos que la ejecutan, es otro de los factores a destacar y a considerar continuamente, pues más allá de ser ellos quienes logran poner esto en acción, son ellos mismos quienes otorgan un significado y por lo cual este patrimonio cultural cobra sentido. Los testimonios respaldan el conocimiento compartido y la herencia común que se construye, reconstruye y se complementa.

1.1 Patrimonio textil

Sin complejidades y categorizaciones de por medio y en su sentido más simplista, el término textil refiere a la composición y producción que se obtiene del entretejido, cruce y enlace de series de hilos o fibras basadas en elementos elásticos, flexibles o resistentes.

Los principales materiales que se utilizan en esta labor corresponden a la seda, el algodón, el lino, la loneta, el crepé, las telas planas entre otras. La calidad de los textiles recae en las propiedades del material, tipo de tejido y técnica empleada mediante los conocimientos y la experiencia asociada al textil. Esto determinará la permeabilidad,

tenacidad, resistencia y maleabilidad con la que se puede contar a la hora de confeccionar alguna prenda de vestir.

No hay duda alguna sobre la importancia de los textiles como reflejo de culturas pasadas y presentes. Los textiles arqueológicos y sus representaciones en el arte antiguo proporcionan valiosa información sobre los materiales usados por las culturas antiguas, la tecnología del tejido textil y la relación de estos objetos con su uso ceremonial y cotidiano. En muchas partes del mundo las tradiciones textiles han sido transmitidas a hijos e hijas a través de milenios. El examen de textiles contemporáneos proporciona una visión profunda en el pasado de un continuo que sorprende a quienquiera lo explore. Tan fascinante como es el uso de los textiles y la tecnología de su manufactura es su belleza y los placeres exquisitos que proporcionan al ojo y la mente. Una gran cantidad y variedad de técnicas de tejido han florecido en el pasado y sobreviven. (Kathryn, 1997)

Los textiles son un elemento cultural representativo de cada región o grupo social que se asienta a lo largo del territorio mexicano. Tejido a tejido, los textiles penetran y permiten ver los universos que congenian dentro de una misma demarcación territorial que a su vez sostiene fronteras imaginarias entre los tan distintos tipos de cultura que crecen y se desenvuelven bajo un contexto particular.

El trabajo textil entretiene y genera expresiones y conocimientos compartidos y transmitidos como un medio de legitimación y presencia cultural, los cuales encierran conocimientos que sobrepasan las puntadas y culmina en un cúmulo de experiencias visuales y sensoriales que permiten articular el sentir y pensar. La práctica textil representa conocimientos y tradiciones sedimentadas, en donde cada generación permite ver el reflejo de los rastros del cambio por medio del tiempo y los elementos que han permeado a lo largo de éste.

En palabras de Julia Clemente Orozco (Orozco, 2011), antigua artesana zoque, que plasma sus ideas en su obra literaria "El arte de formar y la artesanía del saber", remite a la noción de un mundo artesanal en movimiento, que nos acerca y a los diferentes territorios y artesanos que asumen la confección textil como herencia directa de la tradición. Inventan y reinventan día con día las prácticas culturales, enlazando la manera de pensar, sentir y ver el mundo de quienes trabajan cada hilo desde su interior.

Es poco sabido que los bordados plasmados en prendas confeccionadas desde la colectividad refieren a costumbres, tradiciones, historia, herencia, saberes, cosmovisión y una manera muy particular de imaginar y representar su mundo. Cada puntada, cada color, cada trazo y cada imagen, aluden a un elemento sustancial dentro de cada

contextualidad, empleado en representaciones, festividades, rituales o usos cotidianos dentro de la comunidad. Es así, que el diseño textil de las comunidades indígenas se presenta como un patrimonio constituido por lo tangible y lo intangible, en donde este primero permite materializar lo intangible de las culturas.

Su conocimiento, reconocimiento y difusión como una relación patrimonial entre actores y componentes, resulta esencial frente a la valorización de un patrimonio vivo y cambiante, que permea en una identidad y cultura nacional que representa parte de una extensa multiculturalidad.¹

En el 2010 el Senado de la República denunció que el arte popular mexicano era sujeto de plagios sistemáticos, lo que de manera general vulnera los derechos colectivos e individuales de dichas poblaciones y se atenta contra el patrimonio cultural del Estado mexicano y de sus comunidades indígenas (Senado de la República, 2010). Esto nos lleva a la necesidad de crear herramientas que, si bien no resguardan y protegen el patrimonio cultural, si funcionan como medios de difusión que permitan reconocer a los actores presentes en estas prácticas y la práctica en sí. Medios que incurran en soluciones no estandarizadas, uniformes o prendas homogéneas, que expresen resultados inconvenientes hacia estos actores sociales, que permita el contacto y entendimiento entre el lector y la cualidad expresiva de los artesanos y portadores de la cultura.

2. Industria de la moda

La industria de la moda se rige por diferentes factores: económicos, sociales y culturales, en donde la creatividad se destaca como el componente principal de ésta. Se presenta como algo más allá de una forma de vestir. Representa un proceso creativo en donde no sólo la imaginación y el trabajo colectivo tienen lugar, sino que, de igual manera la memoria, la historia, las tradiciones y costumbres se entretejen dentro de cada prenda confeccionada. Como resultado de esto, la moda o el arte del vestir se muestra como reflejo de la cultura y de la herencia cultural que se vive y se reinventa.

El diseño textil se considera parte del patrimonio cultural inmaterial dentro del territorio mexicano. Los objetos tangibles que evocan al pasado y materializan las

¹ Multiculturalidad: Caracterizado por la convivencia de diversas culturas.

representaciones artísticas y culturales que se han generado a través del tiempo, fungen como legado y parte de la memoria colectiva de un determinado contexto o grupo social.

Actualmente, el mundo y mercado en el que se encuentra inmersa la industria de la moda asiste a una creencia polarizada. Si bien no se trata de un tema nuevo, éste ha logrado captar la atención e interés de muchos y, por lo tanto, se han generado eventos que tienen por objetivo reconocer y visibilizar el patrimonio textil. Algunos de los eventos o actividades que se realizan en torno al mundo del diseño textil son:

Coloquio de Moda, Arte y Diseño presentando por INNOVAUNAM y FAD (diciembre)

Se trata de un coloquio multidisciplinario sobre moda, arte y diseño que se desarrolló bajo el interés de diversos académicos, docentes y egresados que han trabajado profesionalmente en este ámbito.

Su objetivo es colocar la temática de la moda como una línea de investigación que aporte a la academia del arte y del diseño, que permita dar a conocer el valor y la importancia de este tema que se ve interseccionado por otros ámbitos.

Espacio de encuentro “ORIGINAL” presentado por la Secretaría de Cultura (noviembre)

ORIGINAL nace como una propuesta encabezada por la Secretaría de Cultura del Gobierno de México y que pone a las instituciones al servicio de las comunidades creadoras del país a través de un encuentro de Arte Textil Mexicano que se lleva a cabo en el Complejo Cultural Los Pinos, en la Ciudad de México. Cuenta con una participación próxima de mil artesanas y artesanos, que representan a comunidades de diversas partes del país.

El objetivo de esta iniciativa es dar a conocer la riqueza y diversidad cultural con la que cuenta nuestro país por medio de pasarelas, exposiciones, venta de productos, talleres, conferencias magistrales y un salón de negocios

Uno de los ejes fundamentales de ORIGINAL, que surge como una política pública en respuesta a los casos de apropiación cultural que ha sufrido la comunidad artesanal de México, es el fortalecimiento cultural y económico de la misma. Para ello, busca apoyar con capacitaciones y asistencia técnica, comercial y legal; generar esquemas de retribución con y para las comunidades, y promover el diseño mexicano en el mundo,

como una iniciativa que, además de ayudar a conservar la memoria e identidad nacional, permite impulsar estrategias de comercio justo, así como el intercambio ético. (SEGOB, 2022)

Es a través de este tipo de iniciativas que nos basamos para poder desarrollar esta propuesta, pues nos permite ver que se empieza a trazar un camino para las comunidades dentro de este sector, y que son vistos como sujetos activos tanto por sí mismos como por las propias instituciones gubernamentales y por aquellos profesionales en el tema de la moda.

Basándonos en su participación libre y voluntaria dentro de este encuentro, así como en colaboraciones conjuntas con diversos diseñadores conocidos en el medio, es que se considera óptimo lo ya propuesto para aquellos actores que se encuentran relacionados de una u otra manera con esta industria.

Exposición “México Textil Centro”, presentada por el Museo de Arte Popular (agosto- enero)

La exposición comprende un repaso a través de la historia, el uso de los recursos naturales, las diferentes técnicas de manufactura. Además de la industria generada por los usos y costumbres, sumados al lenguaje natural de expresiones artísticas, así como a la fantástica creatividad de los diversos pueblos y etnias.

Primer Coloquio Internacional sobre Moda, Indumentaria y Textiles en Iberoamérica, presentado por el Instituto de Investigaciones Estéticas (noviembre-diciembre)

Se trata de un coloquio acerca de la indumentaria y modas en México. Moda, indumentaria y textiles en Iberoamérica son el tema principal mediante el cual se busca propiciar un intercambio académico visto desde la multidisciplinariedad.

Este tema ha cobrado importancia, por lo que a través de estos eventos y acciones se pretende reconocer el trabajo y papel que desempeñan cada uno de sus actores, así como generar consciencia sobre ello y visibilizar su importancia.

En lo referente a las publicaciones que están relacionadas con la moda, encontramos que, para el artista y diseñador Bruno Munari, “la belleza de lo diseñado es

mérito de la estructura coherente y de la exactitud en la solución de sus varios componentes. Diseñar es concebir un proyecto que se constituye de elementos tendientes a la objetividad.” (Munari, 1972)

Durante mucho tiempo, los medios de comunicación han desarrollado un importante papel dentro de la creación de identidades, pues funciona como vehículo de información para las masas; son quienes transportan y transmiten ideas que tienen por objetivo instaurarse en receptores particulares. Así como han funcionado para crear todo tipo de personalidades, también se han desarrollado como mecanismos de discriminación y desigualdad. Lo más importante dentro de la comunicación visual, es la producción y transmisión de mensajes. En la actualidad, el empleo de signos es cada vez más amplio, el receptor vive rodeado de innumerables estímulos visuales, algunos quedan en su consciente, otros como referencias inconscientes. El diseño informa de manera intencional y, por lo tanto, propicia que el significado de sus mensajes se reciba en él plenamente. (Munari, 1972)

En palabras de Yudice George, lo que se concebía a comienzos del siglo XX como “cultura de masas” ahora se pluraliza, tanto para el reconocimiento multicultural como para la diversidad de públicos y consumidores, esperando que en nuestras sociedades consumistas la oferta se ajuste a su perfil particular. (Yudice, 2008)

Se debe buscar un equilibrio entre lo que se produce y reproduce para que, así como se busca un bienestar de manera multicultural en cuanto a acceso y desarrollo, también exista respeto y un mayor cuidado en la información que se circula sobre grupos específicos, para que ésta no afecte sus modos de vida.

Los Medios de Comunicación, corresponden a un marco analítico que tiene en cuenta la mediación, la interacción simbólica compartida inherente a la comunicación y una connotación no negativa de los aspectos industrializados de la cultura, que la amplían, la transforman y pluralizan. (Munari, 1972)

Si bien el origen de la revista como medio de comunicación recae en la respuesta a un contexto y problemática particular en relación a un tema inicialmente definido, en esta industria los elementos mencionados han sido reducidos con un sector determinado. El papel de la revista en la industria textil ha repercutido en cierta forma de manera positiva, pues se ha posicionado como uno de los medios principales de proyección y difusión de la misma. Durante muchos años, este medio fue la principal herramienta que permitió al público saber, conocer, percibir y comprender de qué estaba compuesta esta

industria. Se convirtió en un espacio de acercamiento, contemplación y reproducción de las características, estándares y criterios que la región.

Marcas de renombre, diseños de “alta costura”, pasarelas de moda, fotografía de moda, recomendaciones de vestir y una estética llamativa, era lo que durante muchos años pudo ofrecer única y exclusivamente este medio de comunicación. La polarización de una industria no resulta cuestionable cuando se reduce a un sector determinante en el origen y desarrollo del diseño editorial de moda.

Quien tiene el poder de manipular la imagen puede crear mensajes asertivos que puedan ser absorbidos por un público objetivo y generar un impacto positivo en la sociedad.

La moda basa sus principios en asuntos de percepción que pueden modificarse fácilmente de acuerdo a los elementos que se utilicen para comunicar el mensaje y la disposición de los mismos. (Marcov, 2017)

La propuesta de plantear una revista de moda basada en la diversidad cultural y el diseño textil como patrimonio cultural, apunta a la creación de un espacio que genere inclusión y dé voz a las expresiones tan diversas que se presentan y desarrollan día a día dentro y fuera de la industria. Se trata de una herramienta que logre disipar la barrera social y de contenido creativo que se ha presentado dentro de esta industria a lo largo del tiempo.

Con base a estas ideas, se ha propuesto el análisis de un tema clave para este proyecto; la problemática presentada en torno a la apropiación por parte de los monopolios sobre el patrimonio cultural de las comunidades indígenas mediante la memoria, contenido y creatividad representada y plasmada en la indumentaria textil.

En este sentido, la creatividad resulta un factor clave dentro del conflicto que se relaciona con los derechos de autor y a la gran problemática de visibilización y difusión con la que polemizan muchos nuevos creadores y artesanos frente a las propuestas innovadoras o patrimoniales que desarrollan.

Resulta imprescindible el reconocimiento hacia estos actores, ya que la producción de la indumentaria recae en el conocimiento y visibilización del patrimonio cultural de este país. Se trata de un entramado de significados y representaciones culturales, en donde la memoria, la historicidad, la colectividad, la contextualidad y la identidad se hacen presentes.

La importancia de este proyecto recae en la propuesta y creación de medios visuales que contengan un nuevo enfoque, teniendo como base la inclusión de los diferentes actores, perspectivas y formas creativas dentro de la industria de la moda.

De modo que la principal problemática que originó la propuesta y planeación del presente proyecto se retorna a la falta de protección a las creaciones de las comunidades indígenas de manera colectiva, en donde la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual), no reconoce los derechos creativos o de propiedad intelectual de los que éstas derivan. Es así, que como consecuencia de ello, se ha presenciado una práctica por parte de las grandes marcas que conforman gran parte de los monopolios textiles, y que en base a su poder económico y de impacto es que se han realizado diferentes formas de plagios sobre los bordados indígenas, copiados y plasmados en prendas o indumentaria de vestir que es valuada en cantidades exorbitantes de dinero y en las cuales los autores creativos originales no reciben algún tipo de incentivo por ello ni el reconocimiento a su trabajo o su persona como sujeto creador.

Corresponde a un proceso de conocimiento y reconocimiento de las comunidades indígenas productoras de textiles como personajes activos dentro de este sector, atendiendo a una dicotomía entre la participación y el acceso ciudadano, en donde la industria de la moda se convierte en un espacio inclusivo que permite el desarrollo humano, social y creativo de las comunidades a través de sus creaciones, y que dé cuenta de las habilidades personales, en el cual se generen ideas y se vinculen herramientas teórico prácticas que permitan la generación de nuevas preguntas y conceptos e ideas. A partir de esta concepción obtenemos herramientas necesarias para la innovación creativa para la industrialización, la producción en cantidad puede partir desde un proceso creativo y no solo desde un proceso funcional simple. (Negreira, 2016).

12. Metodología para el diseño del proyecto

Ya que el proyecto es la creación de una revista, la metodología estará enfocada a la realización de la misma, junto con la elaboración de los contenidos, con el fin de que el formato de proyecto obedezca a la necesidad de organizar y orientar lógicamente las acciones, permitiendo contar con la información lo más completa y precisa posible.

12.1 Análisis FODA

De acuerdo con el análisis FODA hasta la fecha no existe una publicación que se enfoque al trabajo textil de las comunidades. Determinamos esta información que nos permite encontrar las posibilidades de iniciar con un proyecto de esta naturaleza.

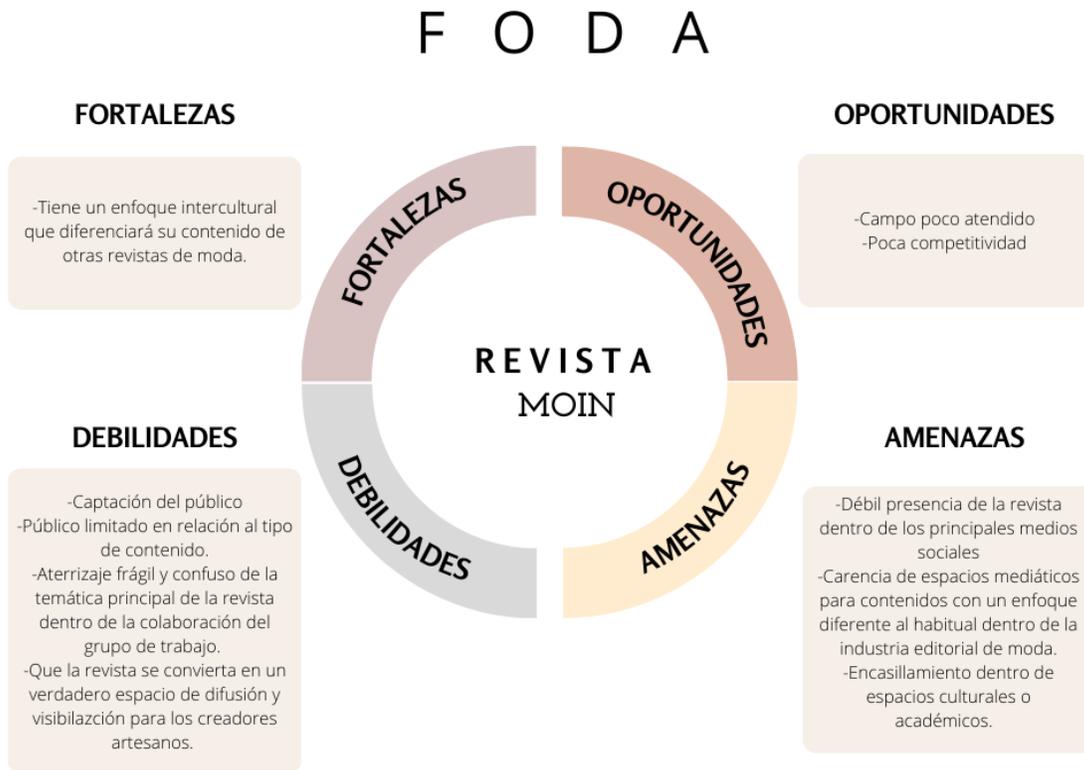


Ilustración 9 Análisis FODA Revista MOIN

El enfoque intercultural que tendrá esta revista otorga una distinción frente a otras publicaciones dedicadas a la moda, cualidad que permitirá que su contenido pueda diferenciarse y genere interés hacia el mayor público posible. Esto es, que a través de los artículos y el material visual propuesto se logre mostrar y reconocer la diversidad de las comunidades y sus elementos culturales que se sitúan como parte de sus contextos, memorias y patrimonio, asumiendo el compromiso de equidad y visibilidad dentro de este sector.

Ya que existen revistas que se enfocan en la diversidad cultural y otras al diseño y tendencias de moda se ha dejado un campo y oportunidad desatendida en donde entretengan estas dos áreas. Como consecuencia de esto, es que en la actualidad no existen suficientes medios que presenten contenidos similares.

12.2 Identificación del mercado meta

El uso de perfiles, con miras a reconocer con mayor precisión el público objetivo nos da la oportunidad de (diseñar la publicación de acuerdo a sus intereses) desplegar los productos que se adecúen a sus requerimientos, lo que posteriormente reducirá costos, pues nos ayudará a optimizar el presupuesto y el tiempo.

Para ello, haremos una investigación para conocer las publicaciones que están actualmente en el mercado, y así identificar el nicho y las necesidades que no se encuentran cubiertas, para tener la posibilidad de mayor incidencia a través de los contenidos.

REVISTA	ARTÍCULO	DESCRIPCIÓN DEL ARTÍCULO	CONTENIDOS PRINCIPALES	DIRECCIÓN WEB
VOGUE	30 diseñadores mexicanos (sustentables) que reescriben las reglas de la moda	Se hace mención de diseñadores mexicanos que apuestan por la sustentabilidad, ética, comercio justo y el legado cultural mexicano representado a través de sus diseños.	Moda Belleza Pasarelas Estilo de vida Red Carpet Videos Vogue Shop	https://www.vogue.mx/sustentabilidad/articulo/disenadores-sustentables-de-mexico-que-promueven-la-moda-etica
ELLE	La tradición textil indígena en la moda contemporánea: alta costura mexicana	Se alude a cómo la tradición textil indígena ha tomado un papel importante en la moda contemporánea y ésta debe ser apreciada por tratarse de un saber hacer transgeneracional y patrimonial.	Moda Belleza Celebs Estilo de vida Cursos ELLE man ELLE deco Wellness Revista digital	https://elle.mx/moda/2020/08/27/tradicion-textil-indigena-moda-contemporanea

GRAZIA	Tienes que conocer a estos 5 diseñadores mexicanos que hacen moda orgánica	Se mencionan marcas mexicanas que diseñan diferentes tipos de textiles, reflejan la riqueza de la cultura mexicana y generar un compromiso serio con el medio ambiente,	Moda Belleza Celebridades Lifestyle Realeza Actualidad Videos	https://graziomagazine.com/mx/articles/moda-organica-mexicana-conoce-a-5-disenadores/
CHICMAGAZINE	Folclor mexicano, una inspiración para la moda internacional	Indica el impacto que México ha tenido en el mundo de la moda y cómo los diseñadores toman inspiración de su cultura y elementos culturales, así como de sus paisajes y gente.	Personajes Estilo de vida Videos Fotochic Magazines Sociedad	https://www.chicmagazine.com.mx/estilo-de-vida/moda/mexico-inspira-la-moda-internacional
FASHION NETWORK	La identidad indígena resurge en la moda mexicana	Se desarrolla en torno a las prendas con bordados a mano que por años han elaborado las mujeres indígenas y cómo han llegado a las pasarelas de moda gracias a los diseñadores que apuestan por el retorno a las raíces.	Negocios Desfiles Diseños Comunicación Industria Innovaciones Colección Eventos	https://mx.fashionnetwork.com/news/la-identidad-indigena-resurge-en-la-moda-mexicana.918073.html
InStyle	La Secretaría de Cultura exige una explicación por apropiación cultural de textiles mexicanos	Explica el propósito de las cartas elaboradas por la Secretaría de Cultura hacia marcas que han hecho uso de los bordados tradicionales en sus colecciones de ropa.	Moda Belleza Celebs Estilo de vida	https://instyle.mx/estilo-de-vida/secretaria-de-cultura-apropiacion-cultural-textiles-mexicanos/
Revista 192	MÉXICO EN LA PIEL-CAP. RAÍZ	Se habla sobre diferentes marcas y diseñadoras que se remontan al origen y diseñan en base a esto, añadiendo materias primas que surgen en los lugares de origen de México.	Fashion Beauty Art Archive Interview	https://revista192.com/mexico-la-piel-raiz/

NOIR MAGAZINE	DISEÑADORES MEXICANOS SUSTENTABLES QUE NOS LLENAN DE ORGULLO	Se mencionan a diseñadores mexicanos que buscan una moda ética, responsable y consciente en donde tienen presencia artesanos locales y su tradición textil.	Moda Belleza Lifestyle Noir Man Noir Cover	https://noirmagazine.mx/moda/disenadores-mexicanos-sustentables-que-nos-llenan-de-orgullo/
MEOW MAG	#MANIFIESTO A LA MEXICANA: UN PROYECTO CONSCIENTE SOBRE EL TEXTIL NACIONAL	Habla sobre la exhibición “A la mexicana”, que refiere al trabajo de diseñadores en colaboración con artesanos mexicanos, y la elaboración de piezas únicas que hacen contraste en los trajes típicos de las comunidades.	Fashion Beauty Culture Play Me Stories Travel Series	https://meowmag.mx/a-la-mexicana-un-proyecto-consciente-sobre-el-textil-nacional/
COOLHUNTE RMX	Viernes Tradicional, para la difusión de los textiles mexicanos	En esta publicación se hace mención sobre una iniciativa llamada “Viernes tradicional”, que busca valorizar, visibilizar, difundir y documentar el trabajo de los y las Artesanas de nuestro país a través del uso de textiles tradicionales.	Industrias Coctelería Gastronomía Entretenimiento Sociedad	https://coolhuntermx.com/viernes-tradicional-iniciativa-para-valorizar-el-trabajo-artesano/

Ilustración 10 Publicaciones sobre textiles artesanales

12.3 Planeación estratégica

12.3.1 Objetivo

Crear un medio de difusión y reconocimiento de los miembros de las comunidades textiles de la Ciudad de México involucrados en la producción textil, con la finalidad de sensibilizar y reconocer el trabajo, la propiedad intelectual y la memoria que se encuentran inmiscuidas dentro de ellos, como parte del patrimonio cultural del país.

12.3.2 Objetivos específicos

- Sensibilizar a los lectores sobre el trabajo y actores que existen detrás de los textiles mexicanos a través de publicaciones mensuales.
- Promover el reconocimiento hacia la memoria, historicidad y elementos culturales de las comunidades indígenas por medio de los artículos presentados en cada edición.
- Difundir el trabajo de los artesanos textiles para contribuir al reconocimiento de su labor mediante el material visual que conformará una sección de la revista.

12.3.3 Misión

La misión de esta revista recae en la visibilización de los textiles mexicanos como patrimonio cultural, así como el trabajo y creatividad empleada por parte de las comunidades indígenas.

12.3.4 Visión

Ser uno de los principales medios de difusión dentro de la convergencia que existe entre la industria de la moda y la interculturalidad, reconocida y posicionada por su contenido y su calidad editorial.

12.3.5 Valores

Estos valores nos caracterizan y conforman como un grupo de personas en pro de la responsabilidad social, la congruencia de nuestro actuar y nuestro pensar, la justicia por reconocer el trabajo que ha sido invisibilizado, la libertad de expresión y el respeto hacia la memoria y cultura de otros.

- Responsabilidad
- Congruencia
- Justicia

- Libertad
- Respeto

12.3.6 Meta

Posicionar esta revista como una de las revistas pioneras en la inclusión de la interculturalidad dentro de la industria de la moda.

12.3.7 Organización editorial

La organización de la revista comprende la estructura mínima que formará el grupo de trabajo, así como se muestra en la imagen.

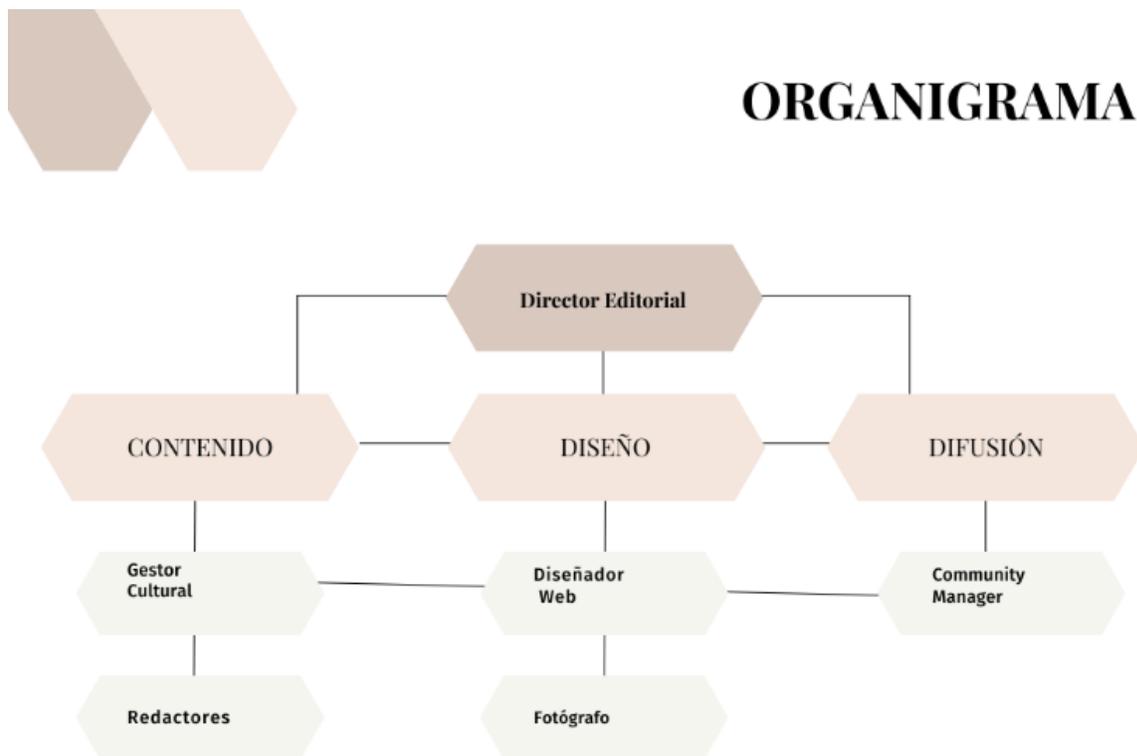


Ilustración 11 Organigrama Revista MOIN

12.3.7.1 Perfiles

DISEÑADOR WEB	
Misión	Actividades
Crear la identidad visual de la revista, así como la coherencia y consistencia gráfica del sitio web.	<ul style="list-style-type: none">• Diseño del sitio web• Diseño de propuestas de logo• Diseño de redes sociales

Ilustración 12 Perfil Diseñador Web, MOIN.

FOTÓGRAFO	
Misión	Actividades
Generación del material fotográfico de la revista.	<ul style="list-style-type: none">• Búsqueda y selección de spots para sesión fotográfica• Sesión fotográfica• Edición de fotografía

Ilustración 13 Perfil Fotógrafo, MOIN.

REDACTORES	
Misión	Actividades
Crear artículos que generen impacto en el público objetivo.	<ul style="list-style-type: none">• Redacción de artículos• Edición de artículos y corrección

Ilustración 14 Perfil Redactores, MOIN.

COMMUNITY MANAGER	
Misión	Actividades
<p>Construir y administrar la comunidad online y gestionar la identidad y la imagen de la revista, creando relaciones a través de las redes sociales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de posts para redes sociales • Publicación de material en redes sociales • Evaluación mediante posts en redes sociales • Evaluación mediante encuestas de satisfacción

Ilustración 15 Perfil Community Manager, MOIN.

12.3.8 Diseño de la publicación

En este apartado se usarán herramientas de diseño que permitan diseñar y maquetar una revista que contenga recursos multimedia, a la par de ser mostrada en dispositivos digitales. Para ello, se buscará acceso a una serie de ajustes preestablecidos y a plantillas gratuitas de algunos otros programas.

12.3.9 Plan de la obra

Mediante la elaboración y uso de fichas de identificación de características y valores, es que se pretende seleccionar los componentes de cada número de revista, es decir: textiles, lugares y actores a presentar y desarrollar en cada publicación. El plan de la obra comprende las secciones que aparecerán en los números de las revistas, así como los criterios de su publicación: extensión, uso de imágenes y material multimedia, lugar en el sitio, etc.

Los apartados y las secciones que aparecerán en la revista son:

- Editorial
- Página legal

- Secciones:
 - Diseño o textil del mes
 - Entrevista
- Directorio de tiendas (Mapa digital para ubicar las tiendas o negocios donde se venden los productos)
- Eventos
- Galería (Histórico de fotografías de los trabajos textiles)
- Mapa del sitio

Es importante señalar que en las secciones diseño y entrevista, la información se presentará de la siguiente forma. Para la entrevista se usará una ficha que comprenda la siguiente información:

12.3.9.1 Elaboración de contenidos

La metodología que se seguirá para la elaboración de los artículos y, en general, de la recopilación de información de la revista serán:

a) Etnografía Virtual

Dentro de este proyecto se toma en cuenta a las tecnologías como mecanismo de influjo en la construcción de nuevos espacios de difusión y nuevas formas de inclusión. Gracias a que en la actualidad la mayoría de las relaciones presentan, aunque sea en una mínima fracción, la intervención de las tecnologías y los medios de información, éstos mismos han logrado posicionarse como aspectos determinantes dentro del desarrollo de las identidades y diversidades sociales situadas en la actualidad.

Esta herramienta nos permitirá identificar a todos los actores, lugares y elementos a trabajar durante cada publicación. Los medios virtuales serán una de las herramientas principales para la planeación y ejecución de cada etapa de este proyecto.

De la misma forma, la etnografía nos servirá como medio para la creación de contenidos para los artículos, a partir de la información que resulte de la investigación.

b) Entrevistas

Para la recolección de testimonios e información, y la elaboración de esta sección dentro de la revista, se llevarán a cabo entrevistas mayormente virtuales, las cuales posibilitarán una interacción e intercambio de información de manera remota.

El fin de la entrevista es recolectar información que pueda complementar la historia y contexto detrás de los textiles seleccionados para cada edición. Se trata de testimonios que permitirán el desarrollo del contenido de cada artículo con base en casos reales.

Las entrevistas virtuales favorecerán la flexibilidad de tiempo y espacio, facilitando el encuentro y el intercambio de información, así como la creación de espacios más agradables y se llevarán a cabo siempre y cuando las condiciones lo posibiliten. Este tipo de entrevista permite un análisis posterior con interpretaciones de por medio, pues pudieran existir aspectos que en un primer encuentro pasaran desapercibidos, y que mediante la grabación de estas entrevistas pudiéramos analizar cuantas veces fueran necesarias.

A través de esta metodología, se pretende recabar datos que posibiliten el llenado de formatos diseñados para la obtención de información importante sobre cada tema y así poder desarrollarlos de manera completa.

ENTREVISTA	
Fecha de la edición	
Tema	
Nombre del textil	
Nombre del artesano/a	Edad

Lugar de residencia
Lugar de origen
Origen del textil
Festividades u ocasiones en el que se utiliza
¿Qué representa?
¿Quiénes lo portan?
Valores

Ilustración 16 Formato de Entrevista

c) Identificación y ubicación de los artesanos textiles

Se han identificado algunos grupos para el desarrollo del primer número de la revista. Se mencionará la ubicación de ellos sin hacer mención específica

Este apartado es el más importante del proyecto, ya que formar un directorio de los artesanos textiles en la CDMX es fundamental para la creación de contenidos y la difusión de su trabajo. Es así que algunos de ellos, ya fueron localizados y ubicados en la ciudad, con lo cual se puede iniciar el trabajo de entrevistas, etnografías y documentación.

La información que se ha obtenido no se publica en este trabajo por la privacidad y protección de datos personales. Sin embargo, mencionaremos de manera general las zonas en las que se encuentran. De manera principal y hasta el día de hoy se han logrado identificar 10 puntos, lo cuales, están distribuidos entre las siguientes zonas:

CDMX		
Zona Sur	Zona Centro	Zona Norte
Álvaro Obregón	Cuauhtémoc Coyoacán	Gustavo A. Madero

Ilustración 17 Principales Zonas de la CDMX donde se identificaron artesanos textiles

Los puntos identificados se dividen entre artesanos independientes, colectivos y marcas establecidas. Los principales espacios que utilizan para la venta de sus creaciones son: bazares, encuentros culturales, mercados, ferias o puntos específicos de venta.

En su mayoría, habitan al Oriente de la Ciudad de México, ocupando alcaldías como: Xochimilco, Tláhuac y Milpa alta, Tlalpan e Iztapalapa.

Las principales alcaldías en donde llevan a cabo sus actividades comerciales son: Cuauhtémoc, Gustavo A. Madero, Coyoacán y Álvaro Obregón.

Algunas de las marcas establecidas que hasta ahora se han logrado identificar abarcan colonias como: La Roma, Condesa y Colonia Centro, siendo esta última la que contempla a la mayoría de las marcas identificadas. De igual manera, colectivos y artesanos independientes se ubican dentro de esta zona y de la colonia Coyoacán.

12.4 Implementación

En esta etapa se pretende llevar a cabo cada una de las actividades plasmadas en el calendario de trabajo, las cuales permitirán el desarrollo y la elaboración del producto final de esta propuesta de proyecto.

12.4.1 Costos

En este apartado se hace mención de los costos que tendrá de manera general el proyecto; desglosándolo en secciones según el tipo de recursos requeridos, esto es: espacio, mobiliario, equipo, programas, papelería, personal y otros.

INVERSIÓN INICIAL			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
ESPACIO			
1	Renta de oficina y depósito	\$20,000.00	\$20,000.00
MOBILIARIO			
6	Escritorios	\$1,200.00	\$7,200.00
6	Sillas	\$1,500.00	\$9,000.00
2	Pizarra blanca	\$1,250.00	\$2,500.00
6	Archiveros	\$2,800.00	\$16,800.00
EQUIPO			
6	Computadoras HP Pavilion AIO 22 All-in-One 21.5	\$13,500.00	\$81,000.00

2	Cámaras Reflex	\$12, 800. 00	\$25, 600. 00
1	Kit de iluminación fotográfico	\$6, 750. 00	\$6, 750. 00
1	Kit fotográfico (Sombrillas, cicloramas de fondo, pedestales)	\$2, 700.00	\$2,700. 00
2	Impresoras Multifuncional HP Laser Neverstop 1200w	\$7, 500.00	\$15, 000.00
PAPELERÍA			
4	Cartuchos para impresora (negro y color)	\$1, 700. 00	\$6, 800. 00
TOTAL			\$193, 350. 00

Ilustración 18 Tabla de costos/ Inversión inicial

GASTOS DE OPERACIÓN			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
PERSONAL			
1	Director editorial	\$30, 000. 00	\$30, 000. 00
1	Diseñador web	\$20, 000. 00	\$20, 000. 00

1	Community Manager	\$15,000.00	\$15,000.00
1	Fotógrafo	\$15,000.00	\$15,000.00
2	Redactor	\$13,000.00	\$26,000.00
SUSCRIPCIONES			
6	Programa de almacenamiento: Google One	\$169.00	\$1,014.00
1	Programas de edición y diseño: Creative Cloud	\$1,700.00	\$1,700.00
2	Programa de redacción: SEO by Yoast	\$230.00	\$460.00
1	Programa para sitio web: WordPress	\$310.00	\$310.00
1	Programa de gestión de redes sociales: Hootsuite	\$130.00	\$130.00
GASTOS DE OFICINA			
1	Conexión a internet	\$2,400.00	\$2,400.00
1	Renta oficina	\$10,000.00	\$10,000.00
1	Papelería	\$3,000.00	\$3,000.00
1	Servicios (Luz y agua)	\$2,000.00	\$2,000.00
1	Mantenimiento de oficina	\$2,500.00	\$2,500.00

1	Mantenimiento de equipo	\$1,500.00	\$1,500.00
TOTAL	\$132,186.00		

Ilustración 19 Tabla de Gastos de Operación

12.4.2 Plan de difusión en redes

Un plan de difusión de redes contiene la idea base, planifica y gestiona las vías o canales de comunicación por medio de los cuales daremos a conocer nuestro contenido. Se trata de una herramienta que nos permitirá alcanzar nuestro objetivo a través de la promoción de nuestro proyecto.

DIFUSIÓN EN REDES		
ACTIVIDAD	PERIODICIDAD	TOTAL DE PUBLICACIONES
Post en Facebook sobre elementos culturales que se relacionen con el tema principal de la revista	3 veces por semana	12 publicaciones de manera mensual
Historias en Facebook con imágenes y texto sugerente a temas relacionados con el contenido de la revista.	Una vez cada tercer día 2 veces por semana	8 publicaciones de manera mensual
Historia en Facebook para promover el trabajo textil de la próxima publicación	Ultima semana del mes	1 publicación de manera mensual
Publicación en Facebook sobre evaluación de satisfacción	Mensual	1 publicación de manera mensual

Publicación en Instagram sobre elementos culturales que se relacionen con el tema principal de la revista	3 veces por semana	12 publicaciones de manera mensual
Historias en Instagram con imágenes y texto sugerente a temas relacionados con el contenido de la revista.	Una vez cada tercer día 2 veces por semana	8 publicaciones de manera mensual
Historia en Instagram para encuestar el textil de la próxima publicación	Ultima semana del mes	1 publicación de manera mensual
Historia en Instagram sobre evaluación de satisfacción	Mensual	1 publicación de manera mensual
Publicación en Twitter	Una vez cada tercer día 2 veces por semana	8 publicaciones de manera mensual

Ilustración 20 Plan de difusión en redes sociales.

12.4.3 Cronograma de las publicaciones

El cronograma es una herramienta esencial para la elaboración de calendarios de trabajo o actividades. Este documento establece la ruta de trabajo para publicar cada uno de los números, la fecha de inicio y final de cada tarea para así organizar cada entrega.

Mediante esta herramienta se pretende medir las distintas tareas de este proyecto en relación con los plazos previstos, así como la definición de éstas, la definición de tiempos, la relación entre tareas, los recursos disponibles, el análisis y la revisión final.

Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Reunión con equipo de trabajo			
Propuestas sobre temática del tema editorial			
Programación y calendarización de actividades			
	Investigación y recolección de información		
	Elaboración de entrevistas		
		Reunión de evaluación y seguimiento	
		Creación y programación del sitio web	
		Redacción de artículos	
		Sesión fotográfica	
		Creación de contenido para redes sociales	
		Edición de fotografía	
		Edición de artículos y corrección	

		Selección y determinación del material final	
			Formación del contenido final
			Evaluación de congruencia, estética y facilidad de lectura
			Reunión de evaluación y seguimiento
			Publicación del número
			Una vez publicado el número
			Evaluación del tráfico web
			Evaluación mediante posts en redes sociales
			Evaluación mediante encuestas de satisfacción
			Reunión de evaluación sobre el producto logrado

Ilustración 21 Cronograma de publicaciones.

13. Calendario de trabajo

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Etnografía Virtual			
FODA			
Identificación del mercado objetivo			
Selección de herramientas de diseño			
Elaboración y aplicación de fichas de identificación y selección de actores			
Elaboración de cronograma			
Análisis de resultados			
Definición del plan de la obra y de los contenidos mensuales			
Creación y redacción			
Diseño de la revista y la identidad de marca			
Maquetación y formación de las páginas maestras			
Montaje final y edición del contenido			

Ilustración 22 Calendario de trabajo.

14. Evaluación de la propuesta

El proceso de evaluación resulta relevante para la planificación, ejecución y ajustes de un proyecto, pues es un instrumento de gestión con duración determinada que valora de manera sistemática y objetiva la pertinencia, el rendimiento y el éxito del proyecto en curso.

Así, el plan de evaluación nos servirá para especificar los objetivos del proyecto en términos medibles; identificar los indicadores principales que midan el éxito del proyecto de manera interna; trazar las actividades para la recolección y análisis de datos.

a) Feedback

Es importante escuchar a los lectores y sus opiniones a partir de los canales de comunicación que tiene la revista. Esto es que a través de las redes sociales y correo se consideren los comentarios y las opiniones de los lectores.

b) Encuestas a los usuarios

A diferencia del anterior, estas encuestas se dirigen a los lectores para conocer aspectos específicos de la revista y de sus contenidos, estructura del sitio y aspectos que deseamos conocer de ellos.

15. Consideraciones finales

El plagio en torno a los textiles mexicanos ha persistido durante la última década de forma constante. Marcas y diseñadores mexicanos y extranjeros han hecho uso indebido de diseños que los artesanos han creado y presentado dentro y fuera de sus comunidades. Si bien sus argumentos se han basado en la toma de inspiración y en una rendición de homenaje hacia ellos, no se han realizado muchas acciones para su protección ni se ha dado el crédito correspondiente.

Los textiles mexicanos han representado parte importante de la cultura de cada comunidad y, de manera general, de la identidad nacional, pues a través de ellos se ha logrado entretejer un patrimonio, historicidad e identidad colectiva.

Este proyecto apunta a visibilizar las carencias de divulgación y reconocimiento que se han dado en este ámbito y el papel que han desarrollado los artesanos como creadores y portadores de su patrimonio. Debemos tomar en cuenta, que los medios visuales resultan ser elementos significativos a la hora de realizar esta labor y, además, cómo las revistas han sido un pilar para el desarrollo de la industria editorial de moda.

De manera general, se propone un medio de difusión que permita dar a conocer el trabajo de las artesanas y artesanos mexicanos que representan parte de su cultura a través de los textiles y sus bordados. Según lo planteado en este proyecto, se espera que este medio se posicione como uno de los pioneros en la inclusión de la interculturalidad dentro de la industria de la moda y permee en la población objetivo, para que de esta manera se realice la labor deseada de manera conjunta.

Si bien este tema ha sido abordado con anterioridad en diversas revistas de moda, aquí se abordará de una manera diferente, donde el reconocimiento es uno de los aspectos principales del proyecto, mismo que logre captar al público que con anterioridad ha consumido este tipo de material. Podemos decir que este es un proyecto diferente que busca unir y mostrar las similitudes que entrelazan a la industria de la moda con los textiles mexicanos y cómo cobran valor desde su creación. Esperamos contribuir a un cambio en el futuro con acciones que aporten a este tema en el ámbito social y creativo.

Con el diseño de esta propuesta no se pretende contribuir a la protección del patrimonio de manera legal, se espera generar un cambio, aporte y beneficio de manera social. No se puede valorar aquello que no conocemos o aquello que no ha sido difundido de manera equitativa, con la cual podamos reconocer y dimensionar el trabajo y contextualidad que va más allá de la forma simplista de un textil, así como de cada trazo y bordado que lo componen.

16. Bibliografía

- Aparicio, Roberto y Jenaro Fernández Baena (2006). *LA IMAGEN: Análisis y representación de la realidad*. Barcelona: Gedisa.
- Barbero, Jesús Martín (2002). *Medios y culturas en el espacio latinoamericano*. México: Vervuert.
- Barbero, Jesús Martín (2003). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Bartolomé, Miguel Alberto (1997). *Gente de costumbre y gente de razón. Las identidades étnicas en México*. México: Siglo XXI
- Boas, Franz (1938). *The Mind of Primitive Man*. E.U.A.: The Macmillan Company
- Burnett Tylor, Edward (1891). *Cultura primitiva: Los orígenes de la cultura*. Madrid: AYUSO
- Cisneros Ávila, Angélica (2018). *Valorización del arte textil indígena mexicano*. México: Universidad de Guadalajara.
- Clemente Corzo, Julia (2009). *El arte de formar y la artesanía del saber*. México: UNACH-SEP.
- Muriel, D. (2019). *Identidad y patrimonio: Manual (desde la sociología) para entender y gestionar el patrimonio cultural* (Spanish Edition). Independently published.
- Del Carpio-Ovando, Perla Shiomara y Vanessa Freitag (2013). *Motivos para seguir haciendo artesanías en México. Convergencias y diferencias del contexto artesanal de Chiapas y Jalisco*. Ra Ximhai. Vol.9, N°1. Pp. 79-98.
- Durkheim, Emile (1919). *Las reglas del método sociológico*. Paris: Librairie Félix Alcan.
- García Canclini, Néstor (1982) *Del mercado a la boutique: cuando las artesanías emigran*. Las culturas populares en el capitalismo. México: Nueva imagen.
- García Canclini, Néstor (1982). *La producción artesanal como necesidad del capitalismo*. Las culturas populares en el capitalismo. México: Nueva imagen.
- García Canclini, Néstor (1989). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo
- García Canclini, Néstor y Juan Villoro (2014). *La creatividad redistribuida*. México: Siglo XXI
- García Ochoa, Rodolfo (2015). *Diseño y Comunicación Visual, la disciplina frente a la realidad*. Revista Digital Universitaria. México. Vol.16, N°10.
- Incorvaia, Mónica Silvia (2016). *La fotografía en la moda. Entre la seducción y el encanto*. Revista Facultad de Diseño y Comunicación.Palermo. N°57. Pp. 27-38
- Kathryn, Klein (1997). *El hilo continuo: La conservación de las tradiciones textiles de Oaxaca*. México: Fomento cultural BANAMEX.
- Montenegro, Roberto (2017). *Expresiones del arte popular mexicano*. México: INBA.

- Munari, Bruno (1972). *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica*. Roma: Bari.
- Muriel, Daniel (2015). *La mediación experta en la construcción del patrimonio cultural como producción contemporánea de "lo nuestro"*. Revista de Antropología Iberoamericana. Madrid. Vol. 10, N°2. Pp. 259-288.
- Rodríguez Mondragón, Jandra (2017). *Estudio de la indumentaria indígena mexicana*. México: UAM.
- Rosas Mantecón, Ana (2010). *Del público al prosumidor. Nuevos retos para los estudios de consumo cultural*. México: UAM.
- Thompson, Jhon (1993). *Ideología y cultura moderna: teoría crítica social en la comunicación de masas*. México: UAM.
- Topete Lara, Hilario y Cristina Amescua Chávez (2013). *Experiencias de Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial*. México: UNAM.
- Yúdice, George (2008), *Medios de Comunicación e Industrias Culturales, Identidades Colectivas y Cohesión Social*. Chile: CEPAL

Referencias

- Bibiñe Barud (2016). *La marca Rapsodia es acusada de plagiar el diseño de indígenas mexicanos*. BuzzFeed. Recuperado de, https://www.buzzfeed.com/bibibarud/rapsodia-y-las-comunidades-indigenas?utm_term=.ftbZYx4YN#.mm1A6406
- Clarke, Modet (2015). *Moda y Propiedad Intelectual*. Recuperado de, <http://www.clarkemodet.com/es/actualidad/blog/2015/03/moda-y-propiedad-intelectual.html#.Wi75akribIV>
- Edel Bencomo Yarine (2015). *La Industria de la moda y sus marcas en Internet*. Famous. Recuperado de, <http://famous.es/moda-marcas-internet/>
- Ernesto Piedras Fera (2004). *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*. CONACULTA. Recuperado de, <https://sic.cultura.gob.mx/documentos/1233.pdf>
- Esplugas, A. (2020). *La moda no tiene dueño*. Instituto Juan de Mariana. Recuperado, de <https://juandemariana.org/ijm-actualidad/analisis-diario/la-moda-no-tiene-dueno/>
- FAQs / *Conceptos básicos sobre patentes*. FIDELaw. Recuperado de, <http://www.fidelaw.com/faqs-conceptos-basicos-sobre-las-patentes-y-patentar/>
- Felipe Bárcenas (2016). *Llega al DF la expo "El arte de la Indumentaria y la Moda en México 1940-2015"*. CONTRAMURO. Recuperado de, <https://www.contramuro.com/llega-al-df-la-expo-el-arte-de-la-indumentaria-y-la-moda-en-mexico-1940-2015/>
- Figueroa, Gustavo (2005). *La metodología de elaboración de proyectos como una herramienta para el desarrollo cultural*. Recuperado de, http://eprints.rclis.org/6761/1/serie_7.pdf
- Hipertextual (2016). *El copyright y la industria de la moda*. Law & Trends. Best Lawyers, more justice. Recuperado de,

<http://www.lawandtrends.com/noticias/civil/el-copyright-y-la-industria-de-la-moda.html>

- Issuu (2016). *Diversidad Cultural: Contextos culturales*. Recuperado de, <https://issuu.com/revistadiversidadcultural>
- Marcov, René (2017). *La moda y su relación con su imagen*. Universidad Jannette Klein. Recuperado de, <https://jk.edu.mx/la-moda-y-su-relacion-con-su-imagen/>
- Negreira, Eugenia (2016). *La Creativa en relación a la industrialización textil, una experiencia áulica*. Actas de diseño. Recuperado de, https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=597&id_articulo=12470
- R. (2018). *5 casos en que las marcas internacionales han plagiado diseños mexicanos artesanales*. Más de México. Recuperado de, <https://masdemx.com/2017/11/disenos-textiles-mexicanos-plagio-artesanos-indigenas-marcas-internacionales-plagian-disenos/>
- Senado de la República (2010). *Llaman a proteger el arte popular mexicano ante plagios de diseñadores*. Recuperado de, <http://comunicacion.senado.gob.mx/index.php/informacion/boletines/49621-llaman-a-proteger-el-arte-popular-mexicano-ante-plagios-de-disenadores.html>
- Travesías, R. (2020). *Donde los textiles artesanales son los protagonistas*. Revista Travesías | Inspiración Para Viajeros. Recuperado de, <https://www.travesiasdigital.com/noticias/texto-feria-de-diseno-textil/>
- Yañez, L. (2018). *Combaten el plagio mediante la difusión de los diseños textiles indígenas*. El Ciudadano. Recuperado de, <https://www.elciudadano.com/pueblos/combaten-el-plagio-mediante-la-difusion-de-los-disenos-textiles-indigenas/09/21/>

16. Anexos

Anexo 1. Formato de encuesta.

MOIN
CUMENTANOS TU EXPERIENCIA

¿CÓMO PODEMOS MEJORAR PARA OFRECERTE UN MEJOR SERVICIO?

Twitter Instagram Facebook

1. ¿QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA DE MOIN?
· Su contenido
· Su diseño
· Su fotografía

2. ¿CUÁNTO TIEMPO LLEVAS LEYENDO NUESTRA REVISTA?
· Un trimestre
· Medio año
· Un año o más

3. ¿POR QUÉ MOTIVO LEES MOIN?
· Por sus artículos
· Para conocer las tendencias de moda desde un enfoque cultural
· Por su diseño y fotografía

4. ¿QUÉ CREES QUE DIFERENCIA A MOIN DE OTRAS REVISTAS DE MODA?
· Sus objetivos
· Su contenido
· Su diseño

5. ¿CUÁL ES TU GRADO DE SATISFACCIÓN?
· Bueno
· Regular
· Malo

6. ¿RECOMENDARÍAS NUESTRA REVISTA?
· Sí
· No, ¿Por qué?

¿Tienes alguna sugerencia para que podamos mejorar **MOIN**?
Envíanos tus comentarios.
contactorevistamoin@outlook.com

MOIN
INTERCULTURALIDAD A LA MODA

Ilustración 23 Formato de encuesta.

Anexo 2. Publicación en Redes Sociales.



Ilustración 24 Ejemplo de Post en Redes Sociales.

Anexo 3. Diseño de la Revista

Página Legal

REVISTA MOIN

DIRECTOR EDITORIAL

REDACCIÓN

Redactores

DISEÑO Y EDICIÓN

Diseñador web

Fotógrafo

PUBLICACIÓN

Diseñador web

DIFUSIÓN

Community Manager

MOIN es una revista online publicada de manera mensual, que busca la difusión y visibilización de los textiles mexicanos como patrimonio cultural. Nos apoyamos del medio digital y de las redes sociales para difundir nuestro mensaje y crearnos un lugar en la industria editorial de la moda.

EDITORIAL

La inclusión de una perspectiva intercultural dentro de la industria de la moda ha sido casi nula y en su lugar la apropiación cultural se ha visto presente. Los conocimientos y aspectos culturales de comunidades indígenas han sido tomados y descontextualizados para su uso estético y comercial por parte de marcas conocidas, sin el consentimiento de las comunidades que se reconocen como portadores de la memoria y de un patrimonio común.

Revista MOIN nace como un medio pensado para dar visibilidad y difundir el trabajo textil imaginado y producido por comunidades indígenas del territorio mexicano. Se origina desde la necesidad de crear un espacio que permita dar voz y reconocimiento a todas las personas que pertenecen a estas comunidades, y que por medio de los textiles dan a conocer y compartir su memoria, historicidad, patrimonio y la manera en la que construyen y reconstruyen cada uno de sus mundos.

De manera general, nuestra misión recae en sensibilizar a los lectores sobre el trabajo, patrimonio cultural y creatividad que existe detrás de cada uno de los textiles, promoviendo el reconocimiento hacia los elementos que conforman a cada una de las culturas y haciendo visible la relación que se puede dar entre la industria de la moda y la integración de una perspectiva intercultural desde y para la comunidad.

Esperando sea un tema que genere interés, empatía, respeto y trabajo conjunto en la valoración y reconocimiento de esta labor y de cada uno de sus elementos, te invitamos a ser parte de esta gran aventura y este proyecto que apunta a ser un tanto innovador y a contribuir en el desarrollo de un cambio social.

Diseño del Sitio Web.



Ilustración 25 Portada del Sitio Web.



Ilustración 26 Acerca de la revista

² Raíces Bordadas. Bordado del Istmo de Tehuantepec. Febrero, 2022. Recuperado de, <https://es-la.facebook.com/RaicesBordadas/>

NUESTRO TRABAJO



Sensibilizar a los lectores sobre el trabajo, patrimonio cultural y creatividad que existe detrás de cada uno de los textiles, promoviendo el reconocimiento hacia los elementos que conforman a cada una de las culturas y haciendo visible la relación que se puede dar entre la industria de la moda y la integración de una perspectiva intercultural desde y para la comunidad.

3

Ilustración 27 Nuestro trabajo



GALERÍA

Mostrar más

IMAGEN n.º1
Textil Oaxaqueño.
Bordado a mano por artesanas
Oaxaqueñas.
Raíces Bordadas
(2022),

4

Ilustración 28 Ejemplo de la Galería

³ POLIGRAFO MX. Congreso faculta al IOA para impulsar enseñanza de técnicas artesanales, OCTUBRE 2021.

⁴ Raíces Bordadas. Textil Oaxaqueño. Bordado a mano por artesanas Oaxaqueñas. 2022



5

Ilustración 29 Moda y tendencias.



6

Ilustración 30 Eventos en torno a textiles y moda.

⁵ Raíces Bordadas. Vestidos artesanales, bordados a mano por artesanas Oaxaqueñas de comunidades como Santiago Yaitepec, Tehuantepec, Jalapa de Díaz, San Vicente Coatlán. Enero 2022.

⁶ Coloquio MODA, Artes y Diseño. FAD e INNOVAUNAM. Diciembre, 2021/ Encuentro ORIGINAL. SECUL Noviembre, 2021.



Ilustración 31 Lista de sitios que visitar o donde comprar.



Ilustración 32 Datos de contacto.

⁷ Raíces Bordadas. Vestidos artesanales, bordados a mano por artesanas Oaxaqueñas de comunidades como Santiago Yaitepec, Tehuantepec, Jalapa de Díaz, San Vicente Coatlán. Abril, 2022.