

La moda sí incomoda: Cómo detener el plagio de marcas como Zara y Rapsodia a los pueblos indígenas.

Por: Ingrid Garces. Pressenza. 04/08/2018

La falta de registro de derechos de autor de bordados de artesanas permite que grandes marcas plagien sus diseños. ¿Nos importa quien hizo nuestra ropa? ¿Tenemos conciencia sobre qué es el ‘comercio ético’ y el respeto al patrimonio cultural?

Está claro que en este llamado mundo global y neoliberal pareciera que todo es de todos, o según la mirada de las grandes empresas, lo mío y lo tuyo es mío. Lamentablemente bajo este discurso los pueblos indígenas y su patrimonio cultural quedan a merced de quienes quieren sacar provecho sin compensar ni dar ningún reconocimiento a la tradición textil de siglos.

El estudio “El Acervo Mexicano: Legado de la cultura” de los investigadores Erika Galicia, Isasmendi Fernando, Quiles Garci?a y Zara Ruiz Romero, demuestra que existe un precario reconocimiento de los estados y una nula protección a los artesanos. “Gente como Mara Hoffman, con una mano en la cintura, vende hermosos bañadores hechos de telas estampadas con diseños originales de los tenangos de Doria, Me?xico; Stella Rittwagen triunfa añadiendo cadenas a los bolsos wayuu de Colombia; Madonna, en su rebel heart tour 2015, viste a sus bailarinas como sofisticadas tehuanas bajo la marca Gucci, o la firma argentina Rapsodia reproduce una blusa de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca, para su última colección de invierno 2016. Todo ello, sin que los otomi?es, los wayuu, los zapotecos del istmo y los zapotecos del Valle sean consultados”, establece el documento.

De la misma manera señalan que, “tenemos a la londinense Kokon To Zai copiando el estampado de una parca de piel de caribu? con diseños sagrados (inuit) de protección de un chama?n, impresos en una simpática sudadera; la marca Zara -que tiene varias denuncias de plagios- saco? al mercado una blusa con bordados de Ahuacatenango, Chiapas; o lo visto recientemente en pantalla grande en los primeros minutos de la multinominada peli?cula “La La Land”, donde aparece, una cortina de ban?o con diseños de Tenango de Doria, de Pottery Barn, NYC. Una vez

ma?s, ninguna consulta, ni una mencio?n a los pueblos inuit, tseltales u otomí?es que sirvieron de inspiracio?n”.

Alrededor del mundo se suman las casas de diseñadores como He?rmes, Pineda Covalin, Louboutin, Nike, Toms, la gran mayoría?a haciendo uso de disen?os y patrones textiles que forman parte del patrimonio biocultural y saberes ancestrales de pueblos indí?genas, desprovistos de un marco legal que proteja la propiedad intelectual colectiva.

Cabe mencionar que recién en 2015 se generó un debate tras el plagio de la diseñadora Isabel Marant, que copió la blusa Tlahui originaria de Tlahuitotepc de Oxaca. La denuncia la realizó la cantante mexicana Susana Harp, produciendo que el valor comercial de esta prenda aumentara un 300% lo que terminó por beneficiar a las artesanas.

Sin embargo, no es el único caso y no todos han terminado bien. En octubre de 2017 la reconocida marca española Mango, puso a la venta un suéter con el tradicional bordado de Tenango. No era la primera vez que se plagiaba este colorido bordado, pero tras una denuncia que se viralizó rápidamente, la prenda fue retirada de las tiendas aunque nunca se reconoció la evidente copia.

La réplica de la marca Lowe al textil andino originario de Ecuador, es una prueba de que las marcas de lujo también se “roban” los diseños tradicionales.

Una de las empresas de fast fashion más cuestionada por las evidentes copias es Zara. En el año 2016 fue demandada por plagiar la blusa icónica de Chiapas y el famoso chaleco de Aguacatenango, sin pedir autorización a los creadores.

Pero las demandas o las críticas no han detenido a Zara. En febrero de 2017 la comunidad Chinanteca denunció a través de su Facebook el plagio de su blusa y huipil tradicional. Este grupo de artesanos solicitó el apoyo de las autoridades para proteger su patrimonio cultural porque la empresa de ropa la vendía en pesos chilenos a unos 100.000 pesos y las artesanas, debido a la necesidad, las comercializaban a tan sólo 13.000 pesos chilenos.

La marca argentina Rapsodia se supera a sí misma. Sus costosas prendas se inspiran en múltiples culturas y sin ningún pudor cobran desde los 150.000 pesos chilenos, hasta los 650.000 por un vestido o una chaqueta, sin jamás emitir un

comunicado sobre los plagios.

Rapsodia también copió la blusa de San Antonino Castillo Velasco, y Madewell el huipil de San Andrés Larrainzar. El “huipil” es un traje típico de los triquis, usado como un vestido que empieza en el cuello y cubre todo el cuerpo hasta llegar a los tobillos. Se constituye principalmente del color rojo en distintas tonalidades, los demás colores que lo acompañan son vivos y llamativos. El huipil triqui es tejido en telar de cintura. Anteriormente era elaborado sólo por mujeres, pero actualmente hay hombres y niños que se empiezan a interesar por aprender a realizar estas bellas prendas. El huipil es un símbolo de identidad, por lo que las mujeres lo portan con orgullo diariamente.

Comercio ético: Un proceso de aprendizaje

La organización Impacto en México ha logrado convertirse en un gran apoyo para las artesanas ya que busca incidir en varias formas en las comunidades indígenas. Primero, busca visibilizar y reconocer la labor de las trabajadoras textiles; segundo, acercar a diseñadores o pequeñas empresarias que buscan comercializar los productos, pero pagando un precio justo, bajo el principio básico de respetar su trabajo.

Es por esto que se encuentran con la mirada atenta y no temen enfrentar a las grandes marcas de la industria de la moda para exigir que se detenga el plagio o se le otorguen los derechos de autor a los diseños de los trajes típicos de las indígenas. Sin embargo, Impacto señala también que el debate atraviesa por un hecho clave: ninguno de los diseños de las comunidades está registrado bajo el derecho de autor.

Kathia Loyzaga, directora de comunicación de Impacto explica que esto no tiene razón de ser. “El conocimiento sobre los brocados y los diseños se pasa de una generación a otra entre las comunidades y es una muestra de distinción entre cada poblado. Para ellos, no existe la idea occidental de la propiedad intelectual porque el conocimiento es de la comunidad”.

Además, otro problema sería cómo determinar de quién es propiedad un diseño tradicional.

“Para determinar la titularidad del derecho de autor habría que ver el origen. Una opción podría ser la propiedad colectiva, pero al no encontrar el origen, se rompe el

derecho y (complica) a quién le damos la titularidad del derecho”, explica Carlos Blanco, especialista en derecho del Tecnológico de Monterrey.

La historia de Rosa

Impacto se toma en serio su lucha para combatir la desigualdad y extrema pobreza en las comunidades indígenas. Por eso relatan la historia de Rosa, una de los 2.100 adultos que solo estudió la primaria y no pudo avanzar a la secundaria para completar su educación. Aun así, tuvo más suerte que el 28 por ciento de la población del lugar -unos 689 habitantes- que no saben leer ni escribir. Ella es de las pocas que sabe español y lo habla bien, aunque con menos fluidez que el tzotzil, su lengua materna.

La idea de la capacitación se está entregando con un enfoque práctico, por eso Rosa y una decena de mujeres, acudieron a una reunión con una diseñadora de modas y una pequeña empresaria que vende ropa para niños con bordados tradicionales en la zona turística. Desde hace cinco años, las mujeres tzotziles hacen artesanías que se comercializan en otras regiones del país, a través de un modelo de trabajo llamado “comercio ético”.

Esta actividad formativa es un puente entre las artesanas y los interesados en comprar y vender los productos artesanales, con la condición de respetar los conocimientos de las mujeres e involucrarlas en el proceso de diseño de cada pieza, y de pagar su trabajo por hora.

Así, por ejemplo, mientras las artesanas vendían un cojín de 50 centímetros con brocados hechos en telar de cintura a 10.000 pesos chilenos, en la zona turística de San Cristóbal de las Casas, ahora lo cotizan en 60.000 pesos chilenos. Es un modelo laboral que, refieren, valora y respeta su trabajo.

¿Estamos haciendo algo?

¿Nos importa que nos ponemos? ¿Cuestionamos a estas marcas por estos abusos? Claro que no. En Chile aún no hay conciencia social sobre la moda, si me gusta cómo me veo, no quiero saber quiénes elaboraron mis prendas y menos conocer el impacto social que su fabricación nos genera.

Pero, no todo es oscuridad en las pasarelas. Existe un movimiento en Chile y el

mundo llamado “Fashion Revolution” que busca reconstruir los vínculos rotos en la cadena de suministros de la industria de la moda. Creen en una industria de la moda que valore a la gente, el medioambiente, la creatividad y la ganancia en la misma medida. Para ellos, es responsabilidad de todos asegurar que esto suceda.

En Chile, por ejemplo, quieren enfocarse en la producción local de materias primas y manufactura. Visibilizar la creatividad de los y las diseñadoras locales que trabajan e innovan por una moda más sustentable; rescatar el patrimonio creativo y técnico de los pueblos originarios y otras tradiciones; e invitar a los consumidores, marcas y tiendas a cuestionarse, descubrir y actuar, frente a los costos de una industria que pierde la perspectiva de quienes están detrás de la producción de cada prenda de ropa.

Hace un tiempo, algunos ciudadanos del mundo generaron una campaña en twitter bajo el hashtag #elorigensicuenta que pretende denunciar a las marcas que abusan de la falta de protección legal y que generan estas prácticas en la moda, buscan llegar a la conciencia de los compradores para llevarlos a ser responsables en el consumo.

Fashion Revolution Chile bajo la consigna #Yohiceturopa, se han reunido con trabajadores textiles para conocer la dura y precaria realidad que viven las más de 650.000 personas de este rubro. Pablo Galaz, **coordinador nacional**, de Fashions Revolution afirma a El Desconcierto que “El convenio 169 de la OIT consagra el patrimonio cultural de los pueblos originarios como derechos inalienables, y la moda debe respetar sus formas de comunicación y relación con la naturaleza”.

Añade que Chile está en deuda, ya que “hay una legislación que duerme en el congreso sobre la protección del maqui y esta propuesta no considera resguardar el patrimonio cultural de los pueblos ancestrales”. En este sentido “nosotros como organización entendemos que el diseño tiene un espacio específico en los pueblos originarios y es una forma de comunicación hereditaria y se conectan con la naturaleza y la cosmovisión, por tanto, las marcas no puedes apropiarse, usurpar y desfigurar esas imágenes” reafirma Galaz y nos invita a revisar el manifiesto de [fashion revolution](#).

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ.](#)

Fotografía: El Desconcierto

Fecha de creación

2018/08/04