



FECHA DE RECEPCIÓN: 02/06/2023
FECHA DE APROBACIÓN: 21/10/2023

LA MODA ÉTNICA: SU PROBLEMÁTICA EN TORNO A LA APROPIACIÓN CULTURAL EN EL PERÚ

Ethnic fashion: its problem around cultural appropriation in Peru

Elsa Maria Amoretti Lamadrid*
Universidad de Lima

* Bachiller en Derecho por la Universidad de Lima (2023). Correo electrónico: elsa.amoretti.00@gmail.com. ORCID: 0009-0000-8924-0892

Resumen:

La moda étnica puede llegar a ser problemática debido a la muy delgada línea que existe entre la inspiración que se puede tener en la creación de diseños y la apropiación cultural. Existen innumerables casos en los que marcas grandes, usualmente internacionales, utilizan diseños propios de alguna cultura perteneciente a un pueblo minoritario sin ninguna clase de autorización por parte de estos pueblos.

Este uso no consentido llega a generar un perjuicio a los miembros de estas comunidades, tanto económico como social, es por ello que algunos países, a fin de reducir estos perjuicios, han normado este tema. Es así que esta investigación busca desarrollar temas clave como lo son la moda étnica y la apropiación cultural, así como analizar la situación peruana actual frente a la apropiación cultural.

Abstract:

Ethnic fashion can be problematic due to the very fine line that exists between the inspiration that can be used in the creation of designs and cultural appropriation. There are innumerable cases in which big brands, usually international, use typical designs of a culture belonging to a minority without any type of authorization from these people.

This non-consensual use comes to generate harm to the member of these communities, both economically and socially, which is why some countries, in order to reduce these damages, have regulated this issue. Thus, this research seeks to develop key subjects such as ethnic fashion and cultural appropriation, as well as to analyze the current Peruvian situation regarding cultural appropriation.

Palabras claves:

Moda étnica – apropiación cultural – regulación – Perú – protección

Key words:

Ethnic fashion – cultural appropriation – regulation – Peru – protection

Sumario:

1. Introducción – 2. Una aproximación sobre la moda y sus tipos – 3. La moda étnica y su conexión con la apropiación cultural – 4. La aprobación cultural: el caso de México en comparación con el de Perú – 5. Análisis de la conveniencia de regular la apropiación cultural – 6. Reflexiones finales – 7. Lista de referencias

1. INTRODUCCIÓN

La moda étnica es una de las tantas categorías que posee la moda en la actualidad considerada como una subcategoría de la moda sostenible. Sin embargo, se trata de una clase de moda que puede causar mucha polémica, debido a la muy ligera línea que existe entre inspiración y la apropiación cultural. Esto hace que, por la misma naturaleza de este tipo de moda, resulte muy susceptible de encajar dentro de la segunda categoría, es decir, como un caso de apropiación cultural.

Este fenómeno es comúnmente reprochable en la actualidad, especialmente por las redes sociales, las cuales tienen un gran poder y pueden llegar a “destruir”, ya sea a personas como a marcas. Es por ello por lo que las marcas y los diseñadores deben ser cuidadosos a fin de cuidar su reputación, dado que las denuncias de apropiación cultural en la industria de la moda son más comunes de lo que se podría desear.

La apropiación cultural tiene efectos negativos para aquellos pueblos cuyas culturas han sido utilizadas sin autorización y es por ello que muchos países han decidido regular este tema a fin de proteger a sus pueblos indígenas. No obstante, al día de hoy, en nuestro país, no existe una norma que proteja a nuestras comunidades indígenas y afroperuanas de la apropiación cultural.

Por todo ello, el objetivo de este trabajo de investigación radica en explicar de qué trata la moda sostenible, en específico, la moda étnica. Así como señalar sus requisitos a fin de que esta se dé de manera correcta y evitar la apropiación cultural: además, se analizará la conveniencia de regular la apropiación cultural a fin de proteger a los pueblos étnicos de nuestro país.

2. UNA APROXIMACIÓN SOBRE LA MODA Y SUS TIPOS

Considero adecuado que, a fin de poder llegar a desarrollar la problemática planteada, debemos tener primero un claro entendimiento del tema desde lo más básico. Es por ello que se comenzará esta investigación estableciendo ¿qué es la moda? y ¿cómo esta se clasifica? Todo ello, a fin de lograr adentrarnos adecuadamente a ella teniendo claras las nociones básicas en nuestro tema de interés.

2.1. ¿Qué es la moda?

Corresponde preguntarnos ¿Qué es la moda? La Real Academia Española (2021) la define como el “uso, modo o costumbre que está en boga durante

algún tiempo, o en determinado país” (s.p.). Si bien es cierto esta puede ser la primera idea que uno puede tener al pensar en moda, esta también puede ser entendida como un transmisor de información, tanto de los diseñadores como de quien utiliza la prenda, dado que uno, ya sea de manera consciente o no, transmite cierta información al resto mediante su vestimenta. En esta misma línea de ideas, Rodríguez García (2016) afirma lo siguiente:

El poder comunicativo de la moda no se limita a lo que el diseñador quiere transmitirnos, sino que se extiende a lo que los usuarios de manera intencional o no comunican al tomar una prenda de vestir y su cuerpo con ella. Puesto de manera sencilla, la moda es una tecnología informativa de doble vía que permite la transmisión de mensajes en la sociedad. (p. 156)

Por su parte, Riello (2016) define la moda como:

[U]n *proceso de individualización y socialización*. Al mismo tiempo, es un medio para diferenciarse de los demás y una forma de compartir socialmente. (...) La moda, además, es *relación entre consumo y producción*. No solo se lleva y se consume, sino que se piensa, se crea, se produce, se vende y se difunde en los medios impresos y a través de las pantallas. El consumidor no es el amo incontestado de la moda; más bien la moda es un “sistema” de interacción entre diferentes fuerzas y actores. (...) Por último, la moda es *un medio de diferenciación de género y edad*. (s.p.)

Ahora bien, resulta importante señalar que la moda no se trata solo de prendas de ropa, sino que abarca también calzado, joyería, perfumería, cosméticos, muebles, decoración de interiores y accesorios en general como carteras, lentes, correas, sombreros/gorros, relojes, entre otros.

Además de la gran cantidad de categorías que incluye la moda, dentro de cada una de estas existen distintos tipos o estilos, “a la medida del cliente”. Centrándonos en la categoría de las prendas de vestir, en los últimos años se han desarrollado algunos movimientos, dejando un poco de lado a la moda tradicional, lo cual responde a la globalización y las exigencias de ciertos sectores.

2.2. La moda y sus movimientos

Como se señaló en líneas anteriores, algunos movimientos, dentro de la industria de la moda, se han desarrollado y han ganado popularidad en los últimos años. A continuación, se pasará a explicar algunos de los movimientos más relevantes:

2.2.1. *Fast fashion*

Este movimiento, llamado también moda rápida o moda pronta, comenzó a ganar popularidad en los años 2000 y, a diferencia de la moda “tradicional”, que lanza colecciones 2 veces al año o de manera estacional, el *fast fashion*, tal como lo indica su nombre, implica una mayor producción de colecciones. Estas pueden llegar a tener una rotación de hasta 4 semanas.

Así, Fasson (2021) señala que el *fast fashion* “consiste en la producción en serie y de forma veloz mediante la cual se lanza entre 15 a 20 colecciones anuales, con la característica esencial de rotar frecuentemente sus productos” (pp. 131-132).

Otra particularidad de la moda rápida es que, al tratarse de prendas que duran poco tiempo en venta, suelen tener precios más bajos y, por ende, son de una calidad menor. Es decir, tanto la producción como la materia prima son baratas.

Una última característica de este movimiento es que se mantiene al día con las últimas tendencias de la moda debido a que se inspira en las pasarelas. Cabe mencionar que en algún momento se llegaron a generar escándalos pues se dieron casos en los que algunas marcas de *fast fashion* copiaron diseños de marcas exclusivas. Sin embargo, ahora la mayoría cuenta con su propio equipo de diseñadores que se inspiran en las colecciones de las marcas exclusivas y lanzan sus propias versiones.

[L]a moda rápida imita el lujo y la alta costura, tomando ideas de las pasarelas y realizándolas en versiones a bajo coste en pocas semanas. Se quiere copiar el “efecto” de los productos de alta gama, aunque los materiales y el contenido creativo sean inferiores. (Riello, 2016, s.p.)

Ahora bien, se considera que este movimiento tiene un lado positivo como negativo. Como aspecto positivo, se plantea el hecho de que al ser una prenda *low cost*, esta es más asequible a sectores con un menor poder adquisitivo. Así, permite a las personas que no se pueden permitir obtener prendas de marcas exclusivas, utilizar ropa que se encuentre en tendencia.

Por otro lado, también cuenta con muchas críticas, siendo una de estas la gran contaminación ambiental que genera. Esto debido a que, como ya se mencionó anteriormente, al lanzar tantas colecciones anualmente, existe una gran producción de estas prendas, lo que trae como consecuencia contaminación debido al uso de todos los químicos utilizados en la industria textil.

Resulta importante mencionar que la industria textil es la segunda industria más contaminante a nivel global, después de la industria energética.

Otro motivo por el cual este movimiento es tan criticado es porque uno de las principales razones del porqué las prendas son baratas es porque su mano de obra también lo es. Si bien es cierto, este problema no es exclusivo de las empresas de *fast fashion*, sino de la mayoría de las grandes empresas textiles, pero, una vez más, debido a la gran rotación de prendas que requiere este tipo de moda, se requiere de largas horas de trabajo por parte de quienes confeccionan las prendas a fin de poder cumplir a tiempo con las rotaciones.

Es por ello por lo que muchas de las empresas de este sector mandan a confeccionar sus prendas a países en los que la mano de obra es barata y las leyes son más flexibles respecto a los derechos laborales.

Por último, otra crítica que trae consigo este movimiento es que genera el consumismo, esto es, una adicción a las compras. Si bien es cierto, esto no es culpa solo de las empresas del rubro, sino que también se agrega el papel de las redes sociales y su influencia sobre las personas, lo cual tiene mucho que ver en este fenómeno. Lo que nos lleva a hablar de, en mi opinión, una subcategoría del *fast fashion*: el *ultra fast fashion*.

Para Fasson (2021) el *ultra fast fashion* consiste en:

Acortar sus procesos de producción, tal es así que, si una *fast fashion* como Zara o H&M se demoran 6 semanas en promedio en fabricar una prenda, marcas como Boohoo, Asos o Missguided se demoran dos o una semana en comercializar sus productos, sin tener problemas de logística, es decir, no tienen problemas en la entrega en el plazo ofrecido y cuentan con un inventario de productos. (pp. 132-133)

En mi opinión, esta subcategoría ganó mayor popularidad a raíz de la pandemia *COVID-19*. Esto debido a que, como consecuencia del confinamiento del cual el mundo se vio en la necesidad de establecer a medida de prevenir/reducir los contagios del virus, sumado al gran uso de las redes sociales y el surgimiento de la aplicación llamada *TikTok*, en la que considero es donde más se popularizan las tendencias o ahora también las micro tendencias, todo esto generó que las ventas de las marcas como las mencionadas por Fasson incrementen exponencialmente.

Como ejemplo de este suceso se tiene a la marca china *Shein*, en la que venden ropa a precios muy baratos, en tendencia y hacen envíos a nivel mundial. Esta marca ganó mucha clientela debido a la gran cantidad de promociones y/o “reviews” que recibía en *TikTok*. De un momento a otro muchos adolescentes y adultos jóvenes, quienes son el público objetivo de este tipo de empresas, comenzaron a utilizar ropa de esta marca.

Frente a esto, también comenzaron a haber muchas críticas, debido a que muchas personas gastaban hasta más de 200 dólares en ropa de esa marca solo porque estaba de moda y era barata, en vez de comprar ropa de mejor calidad o ignorando los problemas que ya se mencionaron anteriormente, relacionados al daño al medio ambiente y los derechos laborales de quienes elaboran dichas prendas.

2.2.2. *Slow fashion*

Este movimiento nace como respuesta al *fast fashion*. Se trata de moda opuesta a la moda rápida. Fasson (2021) señala que el *slow fashion* o moda lenta:

[P]romueve el lanzar una sola colección al año, clásica y atemporal, en otras palabras, “*No Season*”, sin seguir el estresado desarrollo y constante cambio de la rotación de colecciones.

El *slow fashion* se enfoca en el desarrollo de modelos exclusivos, que se caracterizan por tener costos más elevados, ya que las marcas integrantes del movimiento se basan en la calidad y las materias primas de los productos. (p. 132)

Así, su público objetivo son consumidores que se preocupen por obtener prendas de buena calidad a fin de que les dure muchos años. Considero que en esta categoría pueden pertenecer aquellas marcas americanas que se enfocan en promocionar que sus productos fueron confeccionados en los Estados Unidos y que se tratan de prendas de calidad.

Este tipo de marcas, lanzan pocas cantidades de prendas y usualmente cuentan con una lista de espera, puesto que mucha gente está dispuesta a pagar un precio más alto, además de esperar, debido a su buena calidad y durabilidad.

También va dirigido a aquellas personas a las que no les gusta seguir las tendencias de la moda y prefiere utilizar prendas básicas.

2.2.3. *Moda sostenible*

Como último movimiento a tratar, se tiene a la moda sostenible, la cual va dirigida a aquellas personas que se preocupan por saber cómo se han producido las prendas que poseen; es decir, si estas han sido creadas utilizando métodos que no lastimen tanto al medio ambiente y que las personas que trabajen para la empresa tengan una remuneración justa, respetando, además, los derechos laborales e incluso los derechos humanos, esto debido a que en la industria textil se han dado muchos casos de explotación.

Este movimiento comenzó a tener más visibilidad como consecuencia del accidente sufrido en Bangladesh en el año 2013, en el cual el edificio Rana Plaza colapsó y fallecieron más de mil personas, las cuales eran trabajadores textiles que confeccionaban prendas para muchas marcas conocidas como Zara, Mango, Benetton, entre otros. Este accidente expuso a la industria de la moda y lo cruel que puede ser debido a que se llegó a conocer las condiciones deplorables en la que estas personas trabajaban.

Sobre este lamentable hecho Fasson (2021) comenta lo siguiente:

Murieron más de 1,000 personas que se dedicaban a elaborar prendas para marcas *fast fashion* y se exhibió al mundo las condiciones deplorables de los trabajadores y que muchos de estos eran niños e inmigrantes, que se veían expuestos a sustancias dañinas para salud y que trabajaban entre 18 a 20 horas al día ganando sólo US\$ 2.00 —Dos y 00/100 dólares americanos—, al día. (p. 129)

Es así como, con el paso de los años, se han venido creando distintas categorías dentro de la moda sostenible que buscan, como ya se mencionó, reducir el impacto ambiental y preocuparse por el aspecto social dentro de la industria.

A continuación, se pasará a desarrollar de manera muy puntual estas categorías:

La primera categoría es la moda ecológica, la cual se caracteriza por tener una gran preocupación sobre el cuidado del medio ambiente. Así, esta moda es entendida como:

La creación o confección de diferentes prendas a partir de tejidos sostenibles y que no contaminen de ninguna forma el planeta. Este tipo de producción se basa en no utilizar químicos en sus materiales ya que lo que se pretende es reducir los residuos y la contaminación al máximo. Otra norma para que la prenda se considere ecológica es que se ahorre tanta energía como sea posible durante todo el proceso desde que se diseña hasta que se vende el producto. (Velasco Basurto, 2022, p. 7)

Dentro de esta categoría también se pueden encontrar aquellas prendas creadas de materiales reciclados, como lo puede ser un bolso hecho de chapas de botellas, o ropa hecha de botellas de plástico, entre otros.

Otra categoría es la moda tecnológica, o también llamada moda inteligente, la cual consiste en la mezcla de la tecnología con la moda, creando así productos que benefician tanto al consumidor como al medio ambiente. Fasson (2021) brinda los siguientes ejemplos sobre este movimiento:

Desde marcas de lujo como “Hugo Boss” con el desarrollo de calzado sostenible mediante la innovadora alternativa de cuero hecho de las fibras de la hoja de piña “Piñatex” hasta la *fast fashion* con la gigante “H&M”, mediante su incorporación de la espuma flexible hecha a base de plantas que utiliza la biomasa de algas denominada “*Bloom Foam*” y que está incorporada dentro de su línea “*Conscious Exclusive*”. (p. 130)

Entendemos, entonces, que se trata de un movimiento por el cual muchas marcas están apostando, ya que en la actualidad existen muchas personas interesadas en adquirir productos innovadores y que incluyan alternativas menos dañinas al medio ambiente que los productos tradicionales.

Una tercera categoría que se puede identificar dentro de la moda sostenible es la moda ética. Este movimiento se diferencia de los ya mencionados porque se centra más en el aspecto social; es decir, se preocupa más en los derechos humanos y laborales de quienes producen las prendas.

Los consumidores de esta moda buscan que las empresas realmente se comprometan en mejorar la calidad de vida de sus trabajadores, haciendo esto a través del cumplimiento de estándares internacionales, y principalmente respetando los derechos humanos. Ya que, como ya se mencionó, existe en la industria textil la explotación de trabajadores, la contratación de menores de edad, sueldos muy bajos, entre otros problemas.

Una de las formas en la que los clientes tienen para asegurarse de que estas empresas realmente cumplan con ello es a través de las empresas certificadoras. Es así que, si una marca logra obtener una certificación, se entiende que esta cumple con las normas laborales, medioambientales y también de buen gobierno corporativo. (Fasson Llosa, 2021, p. 131)

Por último, pero no menos importante, tenemos como última categoría a la moda étnica. Este movimiento se caracteriza porque revaloriza elementos de las culturas ancestrales de alrededor del mundo.

La moda étnica es definida como “la tendencia o moda en donde los productos occidentales y modernos, adoptan características culturalmente provenientes de otros espacios culturales, en este caso el andino y que confluyen de manera armoniosa, estéticamente hablando, en nuevos productos” (Retis Medina, 2011).

Sin querer profundizar mucho en el tema debido a que corresponde a la segunda parte de esta investigación, considero importante mencionar que, debido al uso de elementos culturales de etnias, es muy frecuente que se llegue a generar una apropiación cultural.

3. LA MODA ÉTNICA Y SU CONEXIÓN CON LA APROPIACIÓN CULTURAL

Si bien ya se ha tratado en el capítulo anterior el tema de la moda étnica, ahora corresponde profundizar este tema, con el fin de poder aterrizar en la problemática de la presente investigación. Así, brindaremos una imagen más amplia sobre la moda étnica y, tal como indica el subtítulo, la conexión que esta tiene, o puede tener, con la apropiación cultural.

3.1. La moda étnica

El propósito de este movimiento, como ya se comentó en líneas precedentes, es permitir la apreciación de técnicas, diseños y/o elementos propios de culturas ancestrales de manera más amplia. Es decir, permitir que personas totalmente ajenas a las culturas de países “menos occidentalizados” puedan conocer sobre estas, a través de las prendas o accesorios que sean inspirados por estas culturas.

En esta misma línea, Fasson (2021) señala que la moda étnica es aquella “corriente que se encarga de revalorizar, recuperar y/o promover las técnicas, procedimientos y diseños ancestrales o de comunidades autóctonas de un determinado país” (pp. 130-131).

Ahora bien, cabe mencionar que la razón por la que la moda étnica es parte de la moda sostenible es porque esta respeta tanto al medio ambiente como a las comunidades. Esto debido a que respeta los procesos y técnicas ancestrales con los que se fabrican las telas por parte de las comunidades, las cuales son eco amigables al no incluir ninguna clase de químicos a diferencia de lo que sucede con gran parte de la industria textual actual.

Respecto al ámbito social, la moda étnica, para ser considerada como tal, debe de trabajar de la mano con la comunidad o por lo menos conseguir autorización por parte de esta para el uso de lo que lo que desee utilizar como inspiración; además, de dar el crédito que le corresponde a la comunidad.

Si no se cumple con ello, entonces no corresponde hablar de moda étnica y mucho menos de moda sostenible. Es aquí donde surge la problemática respecto a la apropiación cultural. Sin embargo, primero pasemos a analizar qué es la apropiación cultural a fin de tener un mayor entendimiento del tema.

3.2. La apropiación cultural

Corresponde entonces brindar algunas definiciones sobre qué es este fenómeno llamado apropiación cultural. Este es definido por Pera Palacio (2022) como:

La utilización de tradiciones de una comunidad étnica minoritaria por parte de un colectivo mayoritario, ignorando el significado e historia que esta representa para la comunidad, es ahí cuando esta tradición pierde total valor para la comunidad, ya que esta no es recompensada de ninguna manera. (s.p.)

De igual manera, Fasson (2021) señala que la apropiación cultural “se da cuando alguien extrae un elemento cultural perteneciente a un grupo social o comunidad y lo utiliza en su provecho económico borrando su origen o relativizándolo” (p. 131).

Entonces, se puede entender que la apropiación cultural sucede cuando se da un uso inadecuado y no autorizado de elementos propios de una comunidad étnica mediante el cual las marcas se enriquecen sin brindar ninguna clase de remuneración o compensación a estas comunidades. Cabe destacar que, con uso inadecuado nos referimos a que, muchos de estos elementos pueden tener un significado religioso o simplemente importante para la comunidad y, al este ser utilizado por las grandes marcas por el hecho de resultar exótico o llamativo a la vista, descontextualiza al elemento cultural y le quita valor a la cultura de estas etnias.

Ahora bien, si bien es cierto en esta investigación me centro en la moda y la industria textil, cabe mencionar que la apropiación cultural se puede dar también sobre otros elementos como pueden ser la artesanía, la música, entre otros.

Resulta importante señalar que se trata de un tema que genera polémica, pues, hay un gran sector que considera que la apropiación cultural no es mala y no debería castigarse, ya que se trata de algo que se ha venido haciendo desde hace muchos siglos. El otro sector considera que la apropiación cultural no debería permitirse, debido a todo lo que las comunidades étnicas han tenido que pasar. Muchas de estas comunidades han tenido que soportar el haber sido obligadas a acoger la cultura, idioma, religión, entre otros; de quienes colonizaron sus países y por mucho tiempo han sido denigradas y oprimidas. Es por ello por lo que se considera que no es justo que en la actualidad “los occidentales” quieran utilizar elementos de las culturas que han tratado de exterminar y sin beneficiar de ninguna manera a las comunidades en cuestión.

La apropiación cultural, por parte de las propias comunidades étnicas es considerado un robo tanto de manera económica como a su cultura, a sus antepasados, y por supuesto, a ellos mismos.

3.3. La conexión entre la moda étnica y la apropiación cultural

Ahora que se tiene un claro entendimiento sobre qué es la moda étnica, cómo funciona, y sobre qué es la apropiación cultural y cómo se genera, considero que es bastante sencillo entender que la apropiación cultural se puede dar al intentar generar moda étnica.

Este problema, como será desarrollado en el siguiente subcapítulo, se ha dado por mucho tiempo y es cada vez más común que tanto las comunidades étnicas como los consumidores denuncien este tipo de apropiación. En la actualidad, por las razones ya explicadas hay una mayor intolerancia a este tipo de actos por parte de marcas y diseñadores grandes y ampliamente conocidos.

Esta intolerancia se debe a que estas marcas grandes y diseñadores famosos cuentan con los recursos necesarios para brindar alguna clase de apoyo a las comunidades étnicas; sin embargo, no lo hacen y solo se enriquecen a costa de la cultura de estas comunidades, las cuales muchas veces generan ingresos gracias a sus propias culturas. Una vez más corresponde señalar que además de la falta de retribución económica o apoyo de cualquier clase a las etnias, estas marcas realizan un uso no autorizado de la cultura de estas minorías.

Cuando se llegan a dar estas situaciones de apropiación cultural, los diseñadores o las marcas suelen utilizar la excusa de que no se están copiando del elemento cultural en cuestión, sino que la cultura ha sido una inspiración para su colección. Pero para esto deben demostrar que cumplen con los requisitos ya desarrollados anteriormente, para poder ser considerados como moda étnica. Sin embargo, en la mayoría de los casos no llegan a cumplir con estos.

Como consecuencia de esta creciente intolerancia a la apropiación cultural y teniendo en cuenta lo mucho que influye la reputación en el éxito de las marcas y los diseñadores, estos están teniendo un mayor cuidado al querer utilizar elementos de culturas minoritarias.

Este fenómeno no ha sido ajeno a las culturas del Perú. Como sabemos, nuestro país es multicultural y cuenta con muchas técnicas ancestrales que se preservan hasta el día de hoy. Muchas marcas, tanto nacionales como internacionales, han utilizado elementos de culturas étnicas peruanas sin brindar apoyo a estas comunidades. Es por ello por lo que resulta adecuado crear una regulación en torno a este tema, a fin de ayudar a la protección de la cultura de las etnias en el Perú, como ya se ha dado en otros países similares al nuestro, en el sentido de contar con culturas ancestrales.

3.4. Casos / Ejemplos

Considero pertinente brindar algunos ejemplos de apropiación cultural en la industria de la moda a fin de tener una idea más consolidada de cómo se da este fenómeno. Es así como se explicarán dos de los sucesos que generaron más controversia; uno de estos de corte internacional y otro nacional.

3.4.1. *El Caso Isabel Marant vs. La comunidad Mixe de Tlahuiloeltepec, México*

En el año 2015 la diseñadora francesa Isabel Marant se vio envuelta en un escándalo al haber lanzado una colección de primavera-verano con la siguiente prenda:

Figura 1



Fuente: Vogue España (2015) [en línea]¹

Esta prenda cuenta con mucha similitud respecto a las blusas características que utilizan las mujeres de la comunidad Mixe como podemos apreciar a continuación:

¹ <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/caso-de-plagio-isabel-marant-blusa-de-tribu-indigena/24117>

Figura 2



Fuente: Medium (2018) [en línea]²

Al tomar conocimiento de esto, los representantes de esta comunidad brindaron una conferencia de prensa en la que comentaron lo siguiente: “Isabel Marant está cometiendo plagio porque la colección primavera verano Etoile 2015 contiene elementos gráficos específicos de la blusa Tlahuitoltepec, un diseño que ha trascendido fronteras, y no es una creación original como afirma la diseñadora” (Larson 2015, citado por Pozzo, 2020, p. 9).

3.4.2. El Caso Kuna vs. La comunidad shipiba peruana

Este caso se dio en el año 2017 luego que la marca nacional Kuna, cuyas prendas están hechas de lana de alpaca y vicuña, lanzara la colección Light Alpaca 2017-2018:

Denominada “Armonía Shipibo-Conibo”, utilizando diseños Kené, la cual trajo como consecuencia que en las redes sociales se denunciara la referida apropiación cultural y que en cuestión de minutos los consumidores estallaran contra Kuna, quienes inclusive se vieron obligados a retirar sus productos del mercado peruano. (Fasson, 2022, s.p.)

² <https://medium.com/@bypaolaarand/del-homenaje-al-plagio-hay-un-solo-paso-641de4881768>

Figura 3



Fuente: Centro Amazónico de Antropología y Aplicación Práctica (2017) [en línea]³

Si bien es cierto la marca se retiró del mercado peruano, considero que demuestra la poca protección que tienen las comunidades indígenas de nuestro país respecto a su cultura, ya que la comunidad shipiba no recibió ninguna clase de compensación por el uso de sus diseños Kené.

Con estos ejemplos de apropiación cultural se ha buscado demostrar el crecimiento de la intolerancia por estas faltas de respeto a las comunidades étnicas y también la falta de protección que se ha dado por mucho tiempo, pero que está cambiando por parte de los Gobiernos a las culturas étnicas.

4. LA APROPIACIÓN CULTURAL: EL CASO DE MÉXICO EN COMPARACIÓN CON EL DE PERÚ

Con el desarrollo de los capítulos anteriores y entendimiento de los conceptos claves propios de esta investigación, podemos pasar a analizar como México accionó frente a la apropiación cultural, para luego analizar la situación peruana.

³ <https://www.caaap.org.pe/2017/09/18/empresa-textil-retiro-coleccion-tras-ser-acusada-de-copiar-disenos-de-shipibos-de-cantagallo/>

4.1. El caso de México

Como fue mostrado en el capítulo anterior, las comunidades étnicas mexicanas se han visto afectadas por la apropiación cultural, no solo con el caso de Isabel Marant, sino en muchos otros como, por ejemplo, el caso de *Urban Outfitters* y el Pueblo Navajo que se dio en el 2012; el caso de Carolina Herrera y los Pueblos Originarios Mexicanos lo cual se dio en fecha mucho más reciente, en el 2019; entre otros.

Frente a esta repetitiva apropiación de elementos de la cultura mexicana por parte de empresas internacionales que mueven tanto dinero y no benefician en lo más mínimo a aquellas comunidades de las cuales “se inspiran”, es que desde el año 2018 se fue promoviendo la aprobación de una ley que “busca proteger las manifestaciones culturales tradicionales ante el uso no consentido, la apropiación cultural o plagio de motivos y diseños de los pueblos originarios” (Senado de la República de la república mexicana, 2021).

Así, en el año 2021 se aprobó por unanimidad, con 98 votos a favor, el proyecto para expedir dicha ley, la Ley Federal de Protección del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas. En enero del año 2022, entró en vigor esta ley.

Se trata de una norma que cuenta con una extensión de cinco capítulos y setenta y cinco artículos. Algunos aspectos importantes contenidos en dicha ley son los siguientes:

- Reconoce a los pueblos y comunidades indígenas y afromexicanas como sujetos de derecho público.
- Establece que el patrimonio cultural de dichas comunidades será reservado por estos pueblos o comunidades y que su utilización o aprovechamiento se encuentra prohibido, salvo otorgamiento de consentimiento libre, previo e informado por parte la comunidad respectiva.
- El consentimiento para el uso, aprovechamiento y comercialización por parte de terceros no durará más de cinco años, salvo se decida prorrogar.
- Al darse una apropiación indebida o el uso no consentido del patrimonio cultural, los representantes de las etnias pueden presentar una queja o denuncia para que se proceda a la restitución, pago, compensación, reposición o reparación de daños, según sea el caso.
- Los contratos o convenios de autorización se celebran ante la secretaria ejecutiva del Sistema Nacional de Protección y el Instituto, para verificar

que se cumpla con un consentimiento libre, previo e informado por parte de la comunidad indígena o afroamericana.

- Cuenta con un Registro Nacional del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afroamericanas, el cual está a cargo del Instituto.
- Permite que se puedan registrar elementos del patrimonio cultural en todo momento, incluso cuando se tenga una disputa con terceros.

4.2. El caso de Perú

La situación en nuestro país respecto a la apropiación cultural es más precaria. Como consecuencia del caso Kuna vs. La comunidad Shipiba, se presentó un proyecto de ley, liderado por Tania Pariona del partido Nuevo Perú, en octubre del 2018 que tiene por nombre Régimen de Protección, Reconocimiento y Promoción de los Conocimientos tradicionales de los Pueblos indígenas en el Perú.

Se trata de un proyecto de ley que cuenta con once artículos de los cuales se puede encontrar cierta semejanza con la ley mexicana. Entre sus aspectos más importantes tenemos los siguientes:

- Busca promover la distribución justa y equitativa de los beneficios como consecuencia de la utilización de las expresiones culturales y conocimientos tradicionales de las comunidades indígenas u originarias de nuestro país.
- Tiene como objetivo garantizar que el uso de estos conocimientos tradicionales sea con el consentimiento previo e informado de estos pueblos indígenas.
- Establece que estas comunidades deben inscribir a sus representantes ante Indecopi.
- Los interesados en tener permiso o acceso para el uso de estas expresiones culturales deben solicitar el consentimiento informado de los pueblos correspondientes; así como suscribir un contrato de licencia de uso donde se pacte una adecuada retribución, garantizando una distribución adecuada de los beneficios derivados del uso de las expresiones culturales. Además, estos contratos se deberán inscribir en un registro que estará a cargo del Ministerio de Cultura.
- Respecto a la infracción de derechos de las comunidades, Indecopi, ya sea por oficio o solicitud de parte, podrá accionar pudiendo imponer sanciones, citando a conciliación, dictar medidas cautelares, entre otros.

- Señala que, si se dan discrepancias entre pueblos indígenas por el contrato de licencia, estos pueblos deben recurrir al derecho consuetudinario.
- Las comunidades podrán inscribir ante Indecopi, en el Registro Nacional Confidencial de Conocimientos Tradicionales de los Pueblos indígenas, aquellas expresiones culturales y conocimientos tradicionales que posean.
- En el caso de conocimientos tradicionales que sean de dominio público, se deberá destinar un porcentaje de las ventas brutas de los productos comercializados que hayan utilizado estos conocimientos al Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.
- Por último, indica que no se encuentran protegidos bajo dicho régimen aquellos conocimientos tradicionales relacionados a recursos biológicos y genéticos, ya que estos tienen una normativa especial.

Posteriormente, en el año 2021, se aprobó un Dictamen presentado por la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos, que proponía un texto sustitutorio para este régimen. Entre las principales diferencias que cuenta este nuevo texto en comparación con el texto inicial del proyecto de Ley, identificamos las siguientes:

- La diferencia más notoria y principal, en nuestra opinión, es que ya no solo se habla de los pueblos indígenas, sino que incorpora también a los pueblos afroperuanos. Incluyendo ambos términos a lo largo del texto, permitiendo el reconocimiento del pueblo afroperuano y sus conocimientos.
- Incorpora un artículo en el que se definen los siguientes términos: pueblos indígenas, afroperuanos, expresiones culturales, conocimiento tradicional colectivo y consentimiento informado previo. Considero que esto ayuda a tener un mayor entendimiento a la población sobre lo que pretende regular este régimen.
- Señala que la organización representante de los pueblos indígenas a la que se le haya solicitado consentimiento informado previo, debe informar a la mayor cantidad de pueblos indígenas o afroperuanos, según corresponda, poseedores del conocimiento, que se está entrando en una negociación a fin de tomar en cuenta sus intereses e inquietudes, en especial aquellas vinculadas con valores espirituales o religiosos.
- Inscribir los contratos de licencia de uso de los conocimientos tradicionales y expresiones culturales ya no ante el Ministerio de Cultura, sino ante un registro administrado por Indecopi.

- Indecopi podrá imponer automáticamente sanciones de hasta 150 UIT, teniendo en cuenta el beneficio económico del infractor, el perjuicio económico a las comunidades y la conducta del infractor durante el procedimiento. Señala que la reincidencia resultaría en agravante.
- Se propone la creación del Registro Nacional de Conocimientos Tradicionales de los Pueblos Indígenas o afroperuanos en Indecopi. Dicho Registro será creado luego de la entrada en vigor de la ley. Recordemos que en el texto original se indica que las inscripciones de realizarían en el Registro Nacional Confidencial de Conocimientos Tradicionales.
- Señala los requisitos con los que deben cumplir las organizaciones representativas de los pueblos a fin de inscribir en el Registro sus conocimientos colectivos.
- Indica que en el caso de los conocimientos tradicionales que forman parte del dominio público, se debe destinar no menos del 10% del valor de las ventas brutas de los productos desarrollados con los conocimientos colectivos al Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. A diferencia del texto inicial, propone un porcentaje base.
- Por último, en la sección de disposición complementaria final se señala que en el plazo de 30 días posteriores a la entrada en vigor de la ley se apruebe su Reglamento.

Si bien es cierto se ha llegado a generar un mejor desarrollo de la norma gracias a la propuesta de la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos reguladores de los Servicios públicos, considero que la regulación mexicana sigue siendo más completa, detallada y permisiva (para las etnias) por lo que aún si se aprobara esta ley aún se presentarían conflictos.

Ahora bien, cabe recordar que este proyecto de ley fue presentado en el periodo parlamentario anterior (2016-2021), por lo que actualmente se encuentra archivado y se requeriría que sea impulsado por algún congresista a fin de poder ser examinado por el actual parlamento y someter a votación la aprobación de esta Ley.

5. ANÁLISIS DE LA CONVENIENCIA DE REGULAR LA APROPIACIÓN CULTURAL

Si se tiene en consideración que no existen normas que regulen la apropiación cultural en nuestro país, corresponde entonces analizar si resultaría

conveniente cubrir este vacío normativo. Así, en este capítulo se examinarán los aspectos positivos y negativos de esta posibilidad a fin de determinar si sería recomendable o no su aplicación.

5.1. Los aspectos positivos de la regulación

En esta sección analizaremos aquellos beneficios que podría traer consigo la implementación de un régimen que proteja a las comunidades indígenas y afroperuanas frente a la apropiación cultural.

5.1.1. Apoyo económico a los pueblos indígenas y afroperuanos

El beneficio más evidente resulta ser el apoyo económico que recibirían las etnias peruanas, como consecuencias de las licencias de uso que brindarían a las marcas para el uso de elementos de sus culturas, y también de la reparación que deberían recibir por el uso no autorizado de dichos elementos.

Como sabemos, muchos de estos pueblos no cuentan con una amplia cantidad de ingresos y en muchos casos, sus miembros tienden a compartir aquello que poseen entre todos y aun así no llega a ser suficiente. Por ello, si pueden generar un ingreso considerable cediendo el uso de elementos de su cultura, esto les puede permitir mejorar la calidad de vida de los pobladores o en caso de alguna emergencia poder hacer frente a esta.

Además, resulta justo que estos pueblos reciban una contraprestación por el uso de su cultura por parte de grandes marcas, muchas internacionales, que mueven gran cantidad de dinero. Especialmente si se ha hecho uso sin el permiso correspondiente de estas comunidades de su cultura, generando aún más ingresos a estas empresas sin darles crédito alguno a estas etnias.

5.1.2. Promoción de las culturas peruanas

Otro punto que resulta ventajoso es que, al cederse este uso autorizado, brindado de manera informada, se asegura que las empresas se informen sobre la cultura de la cual se han inspirado a sus clientes. Esto trae como consecuencia que se despierte un interés sobre aquellas culturas, lo que beneficia tanto a los pueblos peruanos como al Perú en sí mismo, al promover nuestras culturas ancestrales y esto se podría llegar a traducir en un incremento en el turismo y comercio principalmente.

Así también esto generaría una mayor difusión sobre las culturas peruanas, lo que, una vez más, resultaría beneficioso tanto para las comunidades indíge-

nas y afroperuanas como para nuestro País ya que se trataría de una manera eficiente de preservar nuestras culturas ancestrales, algo que no se ha venido haciendo muy bien.

5.1.3. Sentido de protección por parte del Estado

Por último, tendría un efecto positivo la aplicación de este régimen en el aspecto de que estos pueblos se podrían volver a sentir realmente protegidos por el estado peruano. Con esto nos referimos a que, por mucho tiempo, y no solo los pueblos autóctonos sino la mayoría de las regiones, se sienten olvidadas por parte del Estado ya que, como sabemos, es imposible negar la fuerte centralización que existe en nuestro país.

Sin embargo, son muchas veces estos pueblos quienes se sienten, y son, los más desprotegidos, ya sea porque se suelen encontrar apartados de los pueblos más grandes o por diferencias culturales.

Por ello, con la implementación de la ley más su aplicación efectiva, lo cual resulta indispensable, estos pueblos se volverían a sentir vistos, escuchados, protegidos por el gobierno. Si bien es cierto, no es suficiente que el Estado solo se dedique a ver estos temas de apropiación cultural de los pueblos indígenas y afroperuanos, resultaría un gran avance, ya que estaría ayudando a estas comunidades a poder proteger aquello que los caracteriza: sus culturas.

5.2. Aspectos negativos a resaltar

Ahora nos corresponde analizar aquellas desventajas que podría traer consigo la regulación de la apropiación cultural en nuestro país.

5.2.1. Sería un elemento desincentivador para las casas de moda

Una de las principales desventajas que siempre son traídas a colación al discutirse si convendría regular la apropiación cultural en nuestro país, como se ha querido hacer con el proyecto de ley del que se habló en el capítulo anterior, es que se terminaría transformando en un desincentivo para los diseñadores, las marcas, la industria de la moda en general, en querer inspirarse y utilizar elementos propios de una cultura en particular.

Esto pues tendrían que hacer frente a costos adicionales, tanto en el aspecto monetario como en tiempo, a fin de poder obtener las autorizaciones por parte de los representantes de las comunidades, e incluso puede que luego de hacer el análisis correspondiente se den cuenta que les terminaría

costando más de lo esperado y no les llegue a generar las ganancias que tenían pronosticadas por lo que, como consecuencia de ello, tendrían que optar por no utilizar aquellos elementos y cambiar el enfoque de la colección.

Entonces, es probable que la regulación de la apropiación cultural genere que los diseñadores decidan dejar de inspirarse o tomar elementos de pueblos étnicos por los grandes costos que esto implicaría. Esto eventualmente lograría que muchas culturas se olviden pues resulta innegable sostener que el uso de sus elementos por la moda, de manera correcta, brindaría mayor atención a estos pueblos. En contrario, la falta de uso de ellos significaría que resultaría más sencillo que las culturas de estos pueblos se pierdan.

5.2.2. Del dicho al hecho...

Otro punto en contra de la regulación a la apropiación cultural es que, si bien el proyecto de ley está enfocado a proteger las culturas de los grupos étnicos en el Perú mediante sanciones, en caso se dé el uso de algunos elementos de estas culturas sin la autorización correspondiente, puede que en la realidad estas medidas no lleguen a ser eficientes.

Es decir, puede que, pese a que se dé la infracción, Indecopi no tome conocimiento de esto de manera oportuna y de igual manera las comunidades indígenas y afroperuanas se encuentren afectadas por temas de apropiación cultural que, como sabemos terminan perjudicándolos económicamente.

En ese sentido, el régimen resultaría en inútil al no lograr su objetivo principal, el cual es, como ya se mencionó anteriormente, el salvaguardar aquellos conocimientos ancestrales y tradicionales que poseen las comunidades indígenas y afroperuanas.

Ahora bien, ¿por qué ponerse en este fatídico supuesto? La razón es simple, porque es una realidad. Pese a la buena normativa que posee México, como hemos podido analizar en el capítulo anterior, se siguen dando casos de apropiación cultural por parte de grandes marcas internacionales.

Tan solo en octubre del 2022 Ralph Lauren tuvo que emitir un comunicado disculpándose por la venta de productos que contenían un diseño similar al de los sarapes, que son ponchos característicos mexicanos, de las comunidades Contla, Tlaxcala y de Saltillo, en Coahuila. Tal como se puede apreciar a continuación:

Figura 4



Fuente: Beatriz Gutiérrez Müller [@beatrizgutierrezmuller]. (20 de octubre de 2022)⁴.

La forma en la que tomó conocimiento esta marca sobre el lío en el que se encontraba envuelta no fue mediante algún organismo por parte del gobierno mexicano, sino que fue por la denuncia que se había realizado en internet, a través de las redes sociales.

Es así entonces que se comenta que pese a las buenas intenciones que tenga la norma contra la apropiación cultural en México, parece resultar más efectivo el recurrir a las redes sociales que al gobierno.

Por ese motivo, como indica el dicho y nuestro subtítulo, del dicho al hecho... hay mucho trecho.

⁴ <https://www.instagram.com/p/Cj8LCU0Oosc/?igsh=MWphbWp4eWxwa3hoOQ==>

5.3. Nuestra posición sobre la conveniencia de regular la apropiación cultural

Luego del análisis correspondiente tanto de los aspectos positivos como los negativos sobre la implementación del régimen de protección de conocimientos tradicionales de los pueblos indígenas y afroperuanos, se considera que sí resultaría beneficioso, pese a todo, dicha implementación.

Sostenemos esto pues se considera que hay formas de mitigar aquellos aspectos negativos ya desarrollados. Por ejemplo, sobre el punto que, pese a que exista la ley, se siguen dando casos de apropiación cultural, pues las posibilidades de que esto suceda pueden reducirse con una buena campaña de publicidad a este régimen. Asegurándose de que llegue a otros países.

Y, además, resultaría imposible eliminar por completo la apropiación cultural, pero reitero una vez más, con una aplicación adecuada de la ley y proactividad por parte de Indecopi, se podría brindar una adecuada reparación a aquellas comunidades afectadas.

Ahora bien, sobre el tema de que el régimen resultaría en un desincentivo para las marcas, considero que no es necesariamente algo malo. Me explico, si un diseñador o una marca desea inspirarse en algún elemento de una cultura y darle el crédito que le corresponde por temas de integridad y respeto, va a hacer las cosas bien.

Por otro lado, si se trata de personas (naturales y jurídicas) que solo buscan su beneficio propio e incluso hacen pasar aquellos elementos como originales, de igual manera lo van a hacer, pero se tendrán que hacer cargo de sus acciones.

Entonces, para aquellos que desean hacer las cosas de la forma correcta, el régimen de protección les va a permitir saber los pasos a seguir a fin de obtener los permisos correspondientes, y para aquellos que no, el Estado ya va a tener una guía sobre cómo actuar frente a la apropiación cultural.

Así, por todas estas razones se considera favorable la creación del régimen de protección de conocimientos tradicionales de los pueblos indígenas y afroperuanos y esperamos se vuelva realidad en un futuro cercano. Por el bien de nuestras comunidades y del país en sí mismo.

6. REFLEXIONES FINALES

La moda étnica, como se ha podido apreciar a lo largo de este trabajo, resulta muy entrelazada con la apropiación cultural, debido a la falta de cuidado

que muchos diseñadores y marcas pueden llegar a tener al realizar un uso no consentido de elementos propios de etnias.

Si bien es cierto la apropiación cultural no se da únicamente en la industria de la moda, para efectos de este trabajo se ha delimitado el análisis solo a la moda étnica debido a la atención que trae consigo la moda, de manera global. Así, un escándalo de apropiación cultural puede desacreditar a una marca de manera rápida.

Estos casos de apropiación cultural son especialmente comunes en México; es decir, son sus pueblos indígenas quienes suelen resultar más afectados. Lo que ha causado que el gobierno mexicano haya decidido normar sobre la apropiación cultural a fin de proteger a sus comunidades.

Sin embargo, en la actualidad se siguen presentando estos casos que continúan perjudicando a los pueblos autóctonos mexicanos y, es por ello por lo que se cuestiona la efectividad de dicha regulación que busca detener la apropiación cultural y castigarla en caso se dé.

Como sabemos, nuestro país no es ajeno a la apropiación cultural y nuestras comunidades indígenas y afroperuanas se han visto afectadas por esto. Es frente a ello que en el 2018 se presentó un proyecto de ley, inspirado en la regulación mexicana, que busca establecer un régimen de protección a las culturas de estos pueblos frente a casos de apropiación cultural.

A la actualidad, la situación de dicho proyecto de ley no es la mejor pues debido al cambio de parlamento se encuentra archivado. Por ello, resulta necesario que se dé una mayor divulgación sobre el tema a fin de que pueda volver a ser debatido y se evalúe su aprobación.

En este trabajo de investigación se realizó un análisis sobre la conveniencia de la aprobación de este régimen y se concluyó que resultaría beneficioso, pese a todo, su aplicación, tomando en cuenta el caso de México, para mejorar la eficacia de la norma y lograr generar una mayor protección a nuestros pueblos indígenas y afroperuanos. Así, el objetivo de este trabajo ha sido el de informar sobre la moda y los problemas que esta puede traer consigo, especialmente a comunidades indefensas en relación a la apropiación cultural, así como volver a traer a colación el proyecto de ley 3546/2018 – CR, esto es, proyecto de ley que constituye el Régimen de protección, reconocimiento y protección de los conocimientos tradicionales de los pueblos indígenas y afroperuanos en el Perú, a fin de que pueda volver a ser promovido y eventualmente aprobado.

7. LISTA DE REFERENCIAS

- Fasson, A. (2021). El Derecho de la Moda, sus principales movimientos y lo más trendy: el Fashion Tech. *Retrieved from Advocatus*, (039).<https://doi.org/10.26439/advocatus2021.n39.5122>
- Fasson, A. (2022, marzo 1). Régimen de Protección de las Expresiones tradicionales de los Pueblos indígenas y afroperuanos. *Retrieved from Fashion Law Latam*. <https://www.fashionlawlatam.com/post/régimen-de-protección-de-expresiones-tradicionales-de-los-pueblos-ind%C3%ADgenas-y-afroperuanos>
- Pera Palacio, E. (2022, 05 15). La apropiación cultural, un dilema moral . Retrieved from Repositorio Digital. *Cooperación Unificada Nacional de Educación Superior*. <https://repositorio.cun.edu.co/handle/cun/114>
- Real Academia Española. (2021). *Diccionario de la lengua española*. Retrieved from Real Academia Española: <https://dle.rae.es/moda>
- Retis Medina, R. A. (2011). *Moda étnico-andina: implicancias de su uso* [tesina de licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio de tesis digitales. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/13754>
- Riello, G. (2016). *Breve historia de la moda: Desde la Edad Media hasta la actualidad*. Retrieved from Editorial Gustavo Gili: <https://www-digitaliapublishing-com.ezproxy.ulima.edu.pe/a/41264>
- Rodríguez García, G. (2016). La industria de la moda en la formación legal contemporánea: Reflexiones sobre Derecho de la Moda y la Propiedad Intelectual. *Advocatus*, 34, 155-163.
- Senado de la República Mexicana. (2021, 30 de noviembre). *Aprueban, por unanimidad, Ley que protege patrimonio cultural indígena y afromexicano*. <https://comunicacionsocial.senado.gob.mx/informacion/comunicados/1331-aprueban-por-unanimidad-ley-que-protege-patrimonio-cultural-indigena-y-afromexicano>
- Velasco Basurto, S. (2022). *La moda ecológica y sostenible en Viena según sus jóvenes universitarios. Un estudio sobre sus opiniones y hábitos de consumo* [grado en publicidad y relaciones públicas]. Repositorio documental de la Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/54979>