

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE
Departamento de Estudios Socioculturales

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)
Programa de Construcción de Opinión Pública e Incidencia en los Medios

Mirar la ciudad con otros ojos. Memorias e identidades



Los nuevos diseñadores de moda en el AMG, I
Tradición y creatividad en la moda mexicana

PRESENTAN

Ana Cristina Mention
Licenciatura en Diseño de Indumentaria y Moda

Profesor PAP: Rogelio Villarreal Macías

Tlaquepaque, Jalisco, Verano de 2021

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional.....	2
Resumen	2
1.1. Objetivos	3
1.2. Justificación.....	3
1.3 Antecedentes	4
2. Desarrollo	11
2.1. Sustento teórico y metodológico	11
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.....	12
3. Resultados del trabajo profesional	13
5. Conclusiones	17
6. Bibliografía.....	18

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

Esta investigación es una primera parte enfocada en los nuevos escenarios creados por diseñadores de moda jaliscienses, como Armando Zaragoza, fundador de la marca Liberal Youth Ministry, y dos recién egresadas de la Licenciatura de Diseño de Indumentaria y Moda en el ITESO, además de otros diseñadores que han abierto nuevas posibilidades para los jóvenes, como Julia y Renata y varios más. Al mismo tiempo se hace una revisión de la historia y evolución de la indumentaria mexicana contemporánea.

Introducción

“La ropa como lenguaje. Una lección objetiva en el estudio de las propiedades expresivas de la cultura material” (McCracken, 1988). Importantes casas de moda y diseñadores recurren con frecuencia al folclor mexicano como modelo o inspiración para sus colecciones, y hay veces en las que incurren en plagios. Así lo han hecho grandes casas de moda como Dior, en 2019, con una colección creada por Maria Grazia Chiuri inspirada en las escaramuzas (las escaramuzas charras son

una práctica femenil de la charrería que consiste en realizar una coreografía mientras se monta a caballo), o Carolina Herrera y su colección Resort 2020, que hace referencia a bordados de pueblos originarios de México. Así se ha ido construyendo una visión de la cultura mexicana que no necesariamente representa la vestimenta del mexicano contemporáneo, por lo que los diseñadores locales han apostado por dejar a un lado el folclor y los estereotipos de lo que significa ser mexicano y cómo representarlo ante el mundo por medio de la indumentaria y la moda.

En este trabajo nos enfocaremos en cómo el folclor mexicano ha sido representado por diseñadores alrededor del mundo para poner en perspectiva la manera en que los diseñadores del AMG han decidido retomar elementos de la cultura mexicana en sus diseños.

1.1. Objetivos

Esta investigación pretende analizar los distintos códigos y signos que se han desarrollado en el ámbito de la indumentaria y la moda mexicana para destacar cómo éstos se insertan en la construcción y validación de una identidad mexicana, entendiendo que la identidad mexicana va mucho más allá que los estereotipos clásicos del mariachi, el tequila o los bordados típicos. Se analizarán las nuevas perspectivas de los diseñadores jóvenes mexicanos, para entender sus distintos procesos creativos.

1.2. Justificación

Comunicar es una parte esencial de nuestra vida como seres humanos, y la moda ha logrado que podamos expresar nuestros gustos y preferencias, quiénes somos y hasta de dónde provenimos. A lo largo del tiempo hemos creado códigos que se interpretan ante los otros; la construcción de estos códigos ha formado parte de nuestra cultura durante miles de años.

La cultura es clave para el desarrollo de la indumentaria y el fenómeno de la moda, pues comprender y entender la historia de nuestra vestimenta es esencial para el desarrollo creativo en la moda y entender cuál es su función social. Es fundamental para un diseñador comprender su herencia para poder expresar su esencia, así como su cultura.

Los mexicanos tenemos una cultura sumamente rica, que a lo largo de los siglos ha sido reconocida en los planos nacional y mundial. La cultura nos ha permitido reflejar una presencia única en el mundo, al punto que ha logrado ser reconocida ante los ojos de artistas, diseñadores, escritores y creativos. Sin embargo, México no cuenta con una industria de la moda que se distinga propiamente como mexicana (Aguilar, 2016), lo cual ha sido un problema para los creativos. Con esta investigación se busca comprender cuáles son los problemas a los que se enfrentan los nuevos diseñadores y al mismo tiempo cómo los estudiantes de diseño de modas comprenden lo que es la moda mexicana y cómo plasman lo “mexicano” en sus diseños.

1.3 Antecedentes

“Vestidos blancos que recuerdan las fiestas de quinceañera, el cádaver de la novia, y si quieres verlo a través de un cristal verdaderamente oscuro, el fantasma de las víctimas de las guerras del cartel de Juárez...” (Prado, 2014). La historia de la indumentaria y la moda mexicana es sumamente amplia; no fue sino hasta hace poco cuando Gustavo Prado, investigador y curador mexicano, buscó resolver esta problemática por medio de su libro *Mextilo* (2014) y el documental *Mextilo: memoria de la moda mexicana* (2017). En el documental Prado analiza brevemente los inicios de la moda y el alcance de la industria nacional; en el libro podemos explorar de forma más íntima la relación que tenemos con la moda y el comportamiento social de los mexicanos ante ella.

Para los mexicanos es importante reconocer que nuestra indumentaria es marcada por un antes y un después de la conquista española, pues en 1523 el territorio que actualmente es México era un conjunto de naciones indígenas que

fueron conquistadas por los españoles, lo cual propició una dinámica de mestizaje que después de varios siglos derivó en una nación con marcadas influencias indígenas y europeas. Es importante recordar que entre las naciones indígenas también había mucha riqueza en su indumentaria y tenían una gran variedad en su vestuario. “La base del vestido era sencilla, tanto para hombres como para mujeres. Pocas prendas, a veces muy adornadas. El material era el algodón, la fibra del henequén o del maguey” (Prado, 2014).

Algunas de las prendas básicas prehispánicas eran el tilmatl, una pieza de tela cuadrada hecha de algodón o ixtle de manta cruda, suficiente como para cubrir el cuerpo del hombre pero dejando partes al descubierto; el maxlatl, una tela que pasaba entre las piernas y salía por el frente dejando caer adelante y atrás los extremos; el quechquémitl, pieza rectangular que se arma para colgarse desde los hombros colgando sobre el pecho y que después de la conquista se generalizó entre el vestuario de los pueblos indígenas; el huipil, pieza rectangular abierta en el cuello a manera de blusa y de largo variable, que también puede utilizarse con una falda de amarre, y el cueitl, una falda de tela enrollada alrededor de la parte inferior del cuerpo y que caía por debajo de la pantorrilla, fijada a la cintura por un ceñidor bordado (Prado, 2014). “Entre los antiguos mexicanos, todos vestían en apariencia las mismas prendas. La indumentaria no era un fenómeno transitorio y desempeñaba una única función: fijar la identidad del individuo y por lo mismo declarar su pertenencia étnica. Sin moda, tenían vestimenta” (Prado, 2014).

Después de la conquista las naciones prehispánicas vieron afectado su sentido de identidad, pues ahora no era una región la que los identificaba; la colonización sustituye las antiguas creencias por la religión católica. Las nuevas generaciones de mexicanos son mestizas y se educan en una nueva religión y otra concepción del mundo. Hay también una nueva forma de vestir, totalmente distinta a la que se utilizaba antes de la llegada de los españoles.

Durante el periodo colonial los españoles peninsulares dominaban, en tanto que los criollos, es decir los nacidos de españoles en la Nueva España, pertenecían a una segunda categoría, y por debajo de ellos estaban los indígenas y las castas.

Según Prado, mucho de esta división sigue presente en nuestra memoria cultural (2014).

Durante los siglos XVI al XVIII, esto es, en el virreinato, se forja una identidad mexicana, como ahora la entendemos. En cuanto a la indumentaria, se introducen nuevas prendas como el jubón, el colete o cuera, calzas, el ropón o sayo, la gorguera y varios más, que se mezclan y añaden a la antigua vestimenta prehispánica.

Durante el imperio de Maximiliano, en 1864, su esposa se consolidaba como lo que hoy llamaríamos un ícono de la moda. Carlota de México (Carlota de Sajonia–Coburgo–Gotha) recibió dotaciones de vestidos diseñados por Charles Frederick Worth durante todo su periodo como emperatriz. Carlota tenía una estrecha relación con el diseñador Worth, quien en esa misma época introducía el concepto de la alta costura —haute couture— en Francia y se consolidaba como el dictador de la moda femenina. Así, México también entraba en la carrera de la moda, con el surgimiento de personajes líderes de lo que se consideraba “vestir bien” (Prado, 2014).

Ya a principios del siglo XX se comenzaba a tener una idea un poco más clara de la moda como concepto estético, pero no es hasta la década de los cuarenta cuando el término “moda” se consolidaría como lo conocemos hoy. Fue gracias a Ramón Valdiosera Bernal (Prado, 2014), quien se planteó por primera vez la idea de moda mexicana hecha con materiales nacionales, como se empezó a crear un lenguaje de la vestimenta en el país.

1.4. Contexto

Cuando hablamos de la moda mexicana es muy fácil para el resto del mundo identificar los códigos característicos de ésta; sabemos que nuestra indumentaria incluye vestidos coloridos, bordados y encajes. Es sencillo reconocer los bordados únicos de los pueblos mexicanos, como lo han hecho casas de moda como Dior 2020 con la colección de Maria Grazia Churi inspirada, como ya lo dijimos, en las escaramuzas, o Carolina Herrera en 2019 al utilizar los bordados de distintos pueblos mexicanos, o Dolce & Gabbana en 2018 al hacer una oda a Frida Kahlo,

quien ha sido uno de los personajes a los que más se ha recurrido como símbolo de la cultura mexicana. Como ellos hay muchos otros diseñadores que toman aspectos de nuestra cultura y los incorporan en su proceso creativo.

La cultura mexicana ha sido parte de la inspiración para varios diseñadores, aunque el uso de esta inspiración comienza donde termina la inspiración de los nuevos diseñadores. Como mexicanos, sabemos que los bordados y las escaramuzas son parte de nuestra historia y de nuestra cultura, pero ahora estamos construyendo una nueva identidad, o más bien por primera vez estamos construyendo una identidad en la moda y ésta opta por diseños atemporales, punk y únicos para el mercado; lo cual no quiere decir que sean menos mexicanos que aquellos que recurren a los *tokens* de reproducción en el diseño. La realidad es que el mexicano contemporáneo no viste de forma tan colorida como los bordados oaxaqueños ni utiliza bordados en cada una de sus prendas, más bien la moda se ha vuelto un símbolo global, el cual ha abierto nuevas posibilidades para los diseñadores.

En México la industria del vestido se considera un sector estratégico que contribuye con el 1.9% del Producto Interno Bruto (PIB) del país, 5% del PIB manufacturero y cuenta con 300 mil unidades económicas que generan 1.5 millones de empleos a nivel nacional (Rodríguez, 2015).

Según datos del INEGI (2020), 12.2 millones de usuarios en internet tienen entre 12 y 17 años de edad, el 13.2 millones tienen entre 18 y 24 años de edad y 16.1 millones tiene entre 25- 35 años de edad y están más atentos a las pasarelas del mundo a través de las redes sociales, es por eso que es importante recordar que durante la pandemia las compras físicas fueron nulas durante los primeros meses, por lo que las marcas cambiaron sus estrategias de compra y los lanzamientos de sus nuevas colecciones. Los diseñadores se vieron obligados a cambiar casi por completo sus estrategias y prácticamente cualquier persona con acceso a internet podía formar parte de las pasarelas que ahora se transmitían en vivo; la globalización se volvió aún mas global de lo que ya era.

Las casas más importantes del mundo, como Dior, Chanel, Prada, Schiaparelli, Valentino y muchas otras, harían sus lanzamientos por medio de “en

vivos” en Instagram y crearían un mundo único en conjunto con videógrafos y fotógrafos; un mundo que de no ser por la pandemia no habríamos podido experimentar: el mundo ahora tenía acceso de la misma forma que los personajes que encontraría en la primera fila de cualquier Fashion Week del mundo y México no fue la excepción, la Mercedes-Benz Fashion Week México (MBFWMx) fue la primera que decidió saltar a su primera jornada digital en su historia para la temporada otoño–invierno 2020. La Semana de la Moda Mexicana arrancó de forma digital del 24 al 26 de abril en YouTube con un programa que incluyó a treinta diseñadores, entre los que destacaron Alfredo Martínez, Anuar Layón, Armando Takeda, Cancino, Carla Fernández, Daniel Espinosa, Galo Bertín, Kris Goyri, Lorena Saravia y Mancandy, entre otros. También Intermoda anunció que su edición 73 se llevaría a cabo del 1 al 4 de septiembre en Expo Guadalajara, y fue la primera exposición que se realizó después de casi cinco meses de paro total de actividades por el coronavirus. El programa incluyó charlas especializadas con un número reducido de asistentes y se transmitieron por streaming.

En el AMG tenemos diseñadoras como Julia y Renata, que fundaron su *atelier* en 1993 y acudieron a la experimentación como parte de su trabajo en cada una de sus prendas, olvidando la formalidad del patrón. Ellas son uno de los mejores ejemplos al del diseño mexicano, pues han sido parte de México Fashion Week en varias ocasiones; las hermanas Franco fueron reconocidas como lo mejor de nuestro país en 2014 por su estilo *avant–garde*, minimalista y conceptual.

Como Julia y Renata hay varios diseñadores que han optado por nuevas propuestas, como Jacobo Sina, Abel López y Armando Takeda. Diseñadores que han elegido el uso de fibras naturales únicas en el mercado, estampados *made by order* y fibras de origen mexicano, y que han optado por dejar a un lado el *token* de lo que significa el diseño de moda en México, resignificando la moda para llevarla mas allá de la indumentaria decorada.

Recientemente egresaron dos alumnas de la Licenciatura de Diseño de Modas del ITESO, Melissa González y Mariana de la Mora, que desarrollaron cada una su propia marca: González con Miel y De la Mora con MaDeLaMo. Melissa empezó a hacer colecciones de piezas limitadas y de colores crudos para que

podiesen ser extensiones de la naturalidad humana, para el desarrollo de sus colecciones tomo como ejemplo varias de las siluetas prehispánicas y su uso de lienzos, para la diseñadora tapatía es sumamente importante rescatar las raíces del diseño y del diseño mexicano para trasladarlas al contexto actual. González considera que parte de la problemática con la aceptación de lo que típicamente llamaríamos como mexicano es gracias al aún existe un cierto grado malinchismo que tenemos en nuestra sociedad, por lo que encontramos un sentido de pertenencia en la vestimenta europea. Esto lo podemos asociar con la teoría darwiniana de la evolución, donde se elevó a las sociedades europeas como complejas y las no europeas como simples, lo mismo sucede con la moda donde la noción de superioridad pertenece a prendas más complejas, así es como la dinámica de poder también fue establecida en el nuevo mundo gracias a la indumentaria, mientras que los nativos vestían con pocas prendas con bordados el europeo utilizaba indumentaria llena de decoraciones y ornamentos totalmente distintos.

Mariana, al igual que Melissa, decidió diseñar piezas que funcionaran para el día a día, con variedad de colores y que pudiesen combinarse entre sí. Ambas analizaron lo que el consumidor moderno quería, por lo que decidieron decantarse por diseños minimalistas y funcionales, pero que al mismo tiempo tuvieran una parte de su esencia como mexicanas, por lo que escogieron materiales y textiles hechos en México. Su manera de representar a México es por medio de los procesos de manufactura, haciéndolos más cercano al cliente, dedicándole el tiempo a una actividad que respeta de manera ética el tiempo de los procesos que la moda mexicana merece.

Claro que la manera en la que Melissa y Mariana decidieron expresar su creatividad como diseñadoras no es la única manera de ser exitosas. Durante el siguiente año egresarán del ITESO varios diseñadores que han optado por un camino distinto al de ellas dos, pues la siguiente generación de licenciados expresa su creatividad de manera muy distinta a como lo hicieron sus compañeras, representando de forma única lo que significa la moda mexicana.

Recientemente Antonio Zaragoza, creador de Liberal Youth Ministry, ha estado en boca de muchos, pues el diseñador establecido en la ciudad de Guadalajara forma parte de la incubadora de diseño Dover Street Market Paris, creada por el diseñador japonés Rei Kawakubo, creador a su vez de la marca Comme des Garçons.

En el diseño de Zaragoza podemos ver mucha de la influencia de Kawakubo, optando por un estilo que recurre sutilmente a lo *camp* (estilo de moda que se basa en lo ridículo y exagerado), disruptivo, pesado y algo incómodo de ver recurriendo a la exageración e ironía que podemos ver en la misma corriente *camp*, que al mismo tiempo lo confina con un estilo punk. En su nueva colección “It’s a Nice Dream” podemos observar esta influencia, pero a pesar de ello Zaragoza ha tomado un camino nuevo para los mexicanos; ha abierto la posibilidad de ser una casa de moda reconocida en el plano mundial que representa a México sin los estereotipos de lo que significa ser mexicano.

Como Zaragoza, hay muchos nuevos talentos que construyen y deconstruyen lo que significa la moda mexicana. Para nosotros es un proceso nuevo; los nuevos diseñadores tienen la oportunidad de mostrarle al mundo lo que significa ser mexicano, recurriendo a la historia de México como un recurso y no como un símbolo.

A diferencia de países como Italia, Francia y el Reino Unido, México apenas está creando un nuevo camino para la industria creativa en el diseño de moda, y esto no es necesariamente algo malo, pues como dijo Melissa durante la entrevista que tuvimos. “Como diseñadores tenemos la posibilidad de crear nuestro camino”, simplemente es algo a lo que deberíamos prestar más atención, comenzar a reconocer lo que significa el hecho de ser mexicano y cómo esto afecta nuestro proceso creativo y al mercado que consume nuestros productos.

La importancia de esta investigación radica en reconocer que no existe una sola identidad mexicana, sino que existen miles que se construyen por cada uno de los mexicanos y los nuevos diseñadores que muestran sus propuestas al mundo. Somos todo lo que el mundo prehispánico nos dio, pero también lo que la conquista

trajo, y ahora estamos construyendo una identidad mundial que tiene la posibilidad de un crecimiento único.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico

Definir la qué es moda se ha convertido en algo tan complejo como definir la nada o el arte, pues la moda no está solamente constituida por la parte creativa, sino que es la construcción de varios factores, factores técnicos, económicos, sociales y creativos por mencionar algunos. La moda es sinónimo del cambio y el cambio es inevitable entre los seres humanos. Al mismo tiempo es importante analizar cómo se conforma una identidad a través del cambio y cómo esta se refleja en la indumentaria y en el diseño.

La ropa es un producto técnico el cual nos permite cubrirnos y protegernos del ambiente, mientras que la moda busca acceder a algo más que la simple necesidad de protección, busca un reconocimiento y es a la vez un mecanismo de supervivencia en donde podemos encontrar un sentido de pertenencia en la sociedad, asimismo la moda no va de la mano de lo funcional si no con la parte expresiva y creativa, creando sus propios códigos (Flügel,1976).

La moda depende de la modernidad. Según el filósofo Jean Baudrillard existe una constante de repetición en la que como diseñadores constantemente volvemos a caer en el reciclaje de formas, siluetas, patrones y hasta colores, Baudelaire asegura que la moda mantiene una ilusión de cambio gracias al eterno regreso de formas y esto a pesar de que Baudelaire lo planteo en el siglo XIX, me parece que aun es relevante para analizar las nuevas propuestas en la industria, pues podemos ver que grandes casas de moda como Chanel, Gucci, Burberry y entre otras recurren a la repetición, no solo de tendencias si no también de sus propios símbolos, textiles, siluetas y logos (Baudrillard, 1976). Por otro lado, Stephane Mallarmé analiza a la industria desde la modernidad proclamando que lo moderno pertenece al presente, pero éste se disocia de la modernidad de Baudelaire, definida

por una dialéctica entre lo eterno y lo transitorio, para abrazar, una contemporaneidad total, un presente puro, a pesar de su dimensión atemporal. Diseñadores como Rick Owens recurren al análisis del presente y cómo este transforma a la sociedad (Cain, 2004). El analizar las teorías de ambos sociólogos nos permite entender cómo cada diseñador ejecuta de manera distinta su trabajo creativo y cómo recurriendo a estas nociones nos transmite su propia esencia.

Pierre Bourdieu, mediante el análisis de la sociedad y su relación con la moda, desarrolló una teoría sobre cómo los diseñadores se relacionaban entre ellos. Bourdieu afirmaba que existían dos tipos de diseñadores o casas de moda, uno eran los dominantes que eran diseñadores que llevaban tiempo en la industria y por lo tanto era fácil reconocerlos por medio de los códigos que habían creado, por otro lado estaban los dominados que eran nuevos en la escena y su deber era cambiar las reglas del juego para lograr ser reconocidos dentro de la industria (Bourdieu, 1975).

La importancia de comprender las distintas teorías sobre la modernidad y la creación de códigos, es que nos permiten comprender desde distintas perspectivas sobre la modernidad, como esta son concebidas por los diseñadores y como son traducidas por el consumidor. Esto nos permite no solo comprender a los creativos, sino que nos otorga una ventana para comprender el comportamiento de las sociedades y cómo estas al igual que los diseñadores crean sus propios códigos y como son reconocidos por sus integrantes.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

Como estudiante de la primera generación de la Licenciatura en Diseño de Indumentaria y Moda comencé a darme cuenta de que el currículum de materias carecía de una noción sobre la industria mexicana y por lo tanto la comprensión de la cultura de la moda en México. A pesar de que la Licenciatura está llena de opciones para enriquecernos como profesionistas, no hay muchas opciones para analizar la cultura de la indumentaria mexicana en un contexto contemporáneo. La realidad es que la moda en México es relativamente nueva, pues somos un país

que recientemente comenzamos a comprender lo que involucra la industria creativa a diferencia de países europeos, como por ejemplo Francia, que se ha logrado destacar como uno de los países con mayor presencia en la industria.

Este proyecto propone seguir con el análisis de las identidades y memorias de la moda mexicana tanto en el AMG como en el país, en la medida de lo posible. Uno de los pasos que propongo para esta investigación es realizar un caso de estudio con la marca Liberal Youth Ministry, para analizar de manera los problemas a los que se ha enfrentado el joven diseñador Antonio Zaragoza, y cuáles han sido los componentes que han sido importantes para el incipiente éxito de la marca.

Para esto es necesario replantear la problemática a la que se enfrentan los diseñadores, ya que el estigma cultural no es lo único a lo que los mexicanos se afrontan, está también la falta de recursos, el sistema educativo y la desventaja económica a la que se enfrentan muchos diseñadores. Es necesario comenzar a evidenciar estas problemáticas para buscar una resolución y cambiar el curso de la moda.

3. Resultados del trabajo profesional

El comprender parte de la historia de la moda mexicana es esencial para cualquiera que se dedique a la industria en México, nuestra tarea consiste no sólo en ser creativos, también consiste en ser curiosos, revisar, analizar y constantemente preguntarnos que es lo que sucede en la industria como parte del comportamiento social para así comprender nuestro papel en el mundo y nuestro aporte en la industria de la moda.

Gustavo Prado es uno de los mexicanos que ha dado un gran paso para la investigación y documentación de la moda mexicana; con esta investigación se busca lograr la documentación de los nuevos sucesos que aportan a la industria. La investigación permite seguir rescatando información que aporta a la noción cultural de los personajes que están involucrados en el mundo de la moda. A partir de pláticas en nuestro núcleo de diseñadores emergentes en el AMG hemos podido reafirmar la falta de entendimiento sobre la cultura mexicana y que el desarrollo de

nuevos talentos viene desde un lugar mas consiente y globalizado los cuales están dispuestos a adentrarse en la industria de formas nuevas y diferentes a los que se habían hecho con anterioridad en el país y por lo tanto en el AMG.

Uno de los resultados mas evidentes es la importancia de visibilizar las problemáticas a las que los nuevos diseñadores se están enfrentando, de esta manera podemos comprender como sociedad nuestro comportamiento en la moda y como este sigue siendo un reflejo de nuestra cultura, sin importar los cambios a los que nos enfrentamos.

4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto

Aprendizajes profesionales

Esta investigación me permitió comprender de manera más íntima la historia de la indumentaria mexicana y cuáles con los factores de gran importancia en ésta. El hecho de recabar información para un formato más técnico me permitió observar varias de las habilidades que debo de seguir trabajando, como la organización, redacción, entre otras, que a pesar de ser herramientas básicas, son sumamente necesarias para el enfoque que busco darle a mi profesión y es de suma importancia seguir trabajándolas para que la mejora sea cada vez mayor.

Al mismo tiempo se me permitió comprender el desarrollo y la importancia de observar el trabajo de los diseñadores en el AMG, pues el análisis de sus procesos es algo que seguiré desarrollando como parte de esta investigación; uno de los factores que en este caso faltó seguir desarrollando es la parte económica y cómo ésta afecta a los diseñadores en un país como México, y cómo esto se convierte en un problema social para la industria y el desarrollo creativo debido a la falta de recursos. Como he mencionado antes, creo que una de las cosas más importantes para mí como profesionista es poder aportar conocimiento a la comunidad que me rodea y contribuir en una escala social a la investigación dentro de la industria; directamente considero que esta investigación aporta a lo social ya que se busca

cubrir la necesidad de generar recursos que aporten al trasfondo cultural de la moda.

Aprendizajes sociales

Lo más importante en esta investigación es reconocer las oportunidades de crecimiento que tenemos los jóvenes que nos dedicamos o buscamos dedicarnos a la moda en México, dejando claro que no somos unos cuantos a los que nos interesa que la industria crezca y represente a cada uno de los ciudadanos en su propia forma. Los diseñadores son parte esencial de la sociedad, como he mencionado antes, la indumentaria es parte de nuestra vida diaria, haciendo que sea casi imposible desecharla, ya sea por cuestiones prácticas, de protección o para expresar nuestra personalidad. La moda en México es relativamente nueva para el mundo, pero hoy tenemos a nuestro favor la globalización de la moda junto con el acceso a las redes sociales, y los diseñadores saben lo importante que es hacer buen uso de éstas para alcanzar sus propias metas, a pesar de las actuales circunstancias.

Actualmente la sociedad en el AMG está atendiendo las necesidades del consumidor y no sólo lanzando colección tras colección, sin importarle lo que el cliente tiene que decir; los diseñadores locales hablan con sus clientes, otorgándoles una atención única y opciones que sólo ellos como diseñadores pueden lograr por medio de procesos únicos, que se fusionan con los procesos ancestrales de teñidos, desacelerando el proceso de la industrialización y maquila que han sido predominantes en el mundo durante los últimos tres siglos.

La experiencia en este PAP me ha otorgado la oportunidad de indagar en una problemática que a mi parecer no ha sido analizada, y es necesario comenzar a rescatar esta información que queda descartada para los diseñadores, en México y específicamente en el AMG, pareciera que la industria de la moda no es lo suficientemente importante para ser registrada, a pesar de que es un elemento esencial para nuestro crecimiento personal.

Aprendizajes éticos

Una de las cuestiones que me empujaron a comenzar esta investigación fue la de aprender y entender cómo es que la percepción del diseño mexicano se ve para el resto del mundo; es importante analizar quiénes han sido los personajes que han logrado llamar la atención del público extranjero y al mismo tiempo entender por qué aquellos que recurren a una supuesta inspiración muchas veces toman elementos del diseño mexicano sin entender qué es lo que significa para las regiones de donde ciertas prendas o bordados pertenecen, recurriendo así al plagio o a la apropiación cultural. A pesar de que la investigación no se centra en estos casos, para mí es importante haber mencionado aunque sea algunos, pues el plagio y la apropiación cultural son temas muy extensos pero que también merecen ser analizados. Sin embargo, una de las cuestiones que busco mejorar es la de aprender más sobre las distintas naciones prehispánicas que ahora las llamamos México, pues estas naciones parecen estar un tanto olvidadas, mientras que cualquier persona que se dedique a la industria de la moda en México debería de ocurrir al estudio de cómo la cultura indígena se ha configurado y cómo es importante su comprensión para entender a qué equivale un plagio.

Aprendizajes personales

Esta investigación fue un reto para mí, pues académicamente me sentía preparada para llevar a cabo un trabajo de investigación, sin embargo, a lo largo del periodo de verano me di cuenta de que aún me faltaba ejercitar herramientas de reflexión para analizar la verdadera problemática, o más bien, la situación actual a la que los nuevos diseñadores del AMG se enfrentan.

Considero que esta investigación aporta evidencia tanto para los entusiastas de la moda como para los mismos estudiantes, aportando una vista tal vez breve pero reciente de las problemáticas, económicas y sociales a las que los estudiantes y creativos de la industria nos estamos enfrentando. En esta ocasión no me quedo con un solo aprendizaje profesional, creo que como futura egresada de la Licenciatura de Diseño de Indumentaria y Moda aún quedan muchos temas,

problemas y diseñadores que merecen ser reconocidos, como Zaragoza, que aportan una voz fresca llena de seguridad para los mexicanos.

En lo personal fue un proceso complicado pues éste es el primer trabajo formal que realizo de investigación, pero a pesar de los problemas que afronté ha sido un viaje muy gratificante pues pude comprender y aceptar las debilidades que tengo como profesionista, pero al mismo tiempo cómo éstas pueden ir mejorando con constancia y práctica que aún me hace falta, pero el primer paso es entender en qué se puede mejorar. Me quedo con un buen sabor de boca a pesar de que al principio todo se sentía muy amargo; me doy cuenta de que con el apoyo que recibí de las personas que se involucraron en el proceso seguiré logrando mis metas y poder extender esta investigación durante el siguiente periodo.

5. Conclusiones

Comenzar a rescatar la historia de la indumentaria en México es trabajo de cada uno de los creativos en esta industria; un registro que debe ser rescatado por periodistas, diseñadores, proveedores y por cada uno de los que formamos parte de ella. Es muy fácil ver en qué nos hemos equivocado, pero el analizar cómo corregir esos errores es difícil pero esencial para lograr el crecimiento social que le corresponde a la moda. De mi parte, como futura licenciada estoy comprometida hoy más que nunca con la industria de la moda, no sólo debido a los acontecimientos en el AMG, también con el crecimiento que se pueda presentar en el país y en el mundo.

México es un país con una cultura singular; esta cultura nos ha permitido enriquecer nuestro panorama para aportar nuevas ideas que acompañan nuestro desempeño creativo; sin embargo, también es importante que el mundo sepa que no es lo único que podemos ofrecer, podemos brindar una infinidad de propuestas y cada una podría ser tan única como la anterior.

Mi tarea como profesionista es seguir preguntando y crear discusiones con todos, porque al final todos necesitamos de la indumentaria para vestir y de la moda para expresar quiénes somos.

6. Bibliografía

Aguiar, José Carlos G. (21 de septiembre de 2016). El estilo de México (1/2): identidad cultural y la industria de la moda. *Aristegui Noticias*. <https://aristeguinoticias.com/2109/opinion/el-estilo-de-mexico-12-identidad-cultural-y-la-industria-de-la-moda/>

Baudrillard, Jean (1976). *Symbolic Exchange and Death*, París: SAGE Publications.

Bourdieu Pierre (enero 1975). Delsaut Yvette. "Le couturier et sa griffe : contribution à une théorie de la magie". In: *Actes de la recherche en sciences sociales*. Vol. 1, n°1. *Hiérarchie sociale des objets*. pp. 7-36.

Cain, A.N, y Furbank, P.N. (2004). *Mallarmé on Fashion*, Nueva York: Berg Publishers.

Davis, Fred (1992). *Fashion, culture and identity*, University of Chicago Press.

García Esquivel, Juan (10 de abril de 2018). *Mextilo: memoria de la moda mexicana* (documental). Visto en https://www.youtube.com/watch?v=-iHDFHq_r0I

Flügel, John Carl (1971). *The psychology of clothes*, Nueva York: AMS Press.

INEGI (22 de junio de 2021). Comunicado de prensa núm.

352/21. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ENDUTIH_2020.pdf

King, Charles W. (1963). "Fashion Adoption: A Rebuttal to the 'Trickle Down' Theory" en *Toward Scientific Marketing*. S. Greyser (ed.). Chicago: American Marketing Association.

Koyama Vega, Naomi Guadalupe (s.f.). *The Eurocentric Fashion View Under Interrogation from a Latin American Perspective*. Tesis de licenciatura. Londres: London College of Fashion.

Lehmann, Ulrich, (2000). *Tigersprung: Fashion in Modernity*, Cambridge: MIT Press.

Löwy, Michael (2006). *Fire Alarm: Reading Walter Benjamin's 'On the Concept of History'*, Londres: Verso.

McCracken, Grant (2002). *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*, Indiana University Press.

Prado, Gustavo (2014). *Mextilo*. Trender: <https://www.trender.mx/mextilo>

Rodríguez Ceballos, Francelia (28 de agosto de 2020). Los eventos de moda en México se transforman de lo físico a lo virtual. Consultado el 15 de agosto de 2021 en Fashion Network. Recuperado de <https://mx.fashionnetwork.com/news/Los-eventos-de-moda-en-mexico-se-transforman-de-lo-fisico-a-lo-virtual,1239073.html>

Rodríguez Ceballos, Francelia (16 de julio de 2015). Clúster de la moda representa 1.9% del PIB en México. Consultado el 15 de agosto de 2021 en Fashion Network. Recuperado de <https://pe.fashionnetwork.com/news/Cluster-de-la-moda-representa-1-9-del-pib-en-mexico,550442.html>