

lixba

NO. 22|MX
2023

VALERIA VERA

SEGUIR ROMPIENDO NORMAS

EDITORIAL

Mayo es la gran antesala al mes más fabuloso del año: junio. Damos inicio a la conmemoración de la lucha por los derechos de la comunidad LGTBTQIA+ y recordamos que aún tenemos un camino largo por recorrer.

En esta edición nos acompaña Valeria Vera, actriz y creadora, que nos comparte su pensar y sus experiencias como el personaje Amor en la obra *Siete Veces Adiós*. También charlamos con Natalie Contreras, parte del equipo de responsabilidad social de la empresa de software Adobe, sobre la relación que ha generado esta empresa con la comunidad latinx en Estados Unidos. Y cerramos con el activista Charly 2 Veces López, quien nos habla sobre los derechos de la Comunidad y lo necesaria que resulta la interseccionalidad en nuestros discursos.

Disfruta de nuestra nueva edición y prepárate para nuestro próximo especial del Orgullo 🧡

DIRECTORIO

Director Editorial
iEve González

Gerente Editorial
Sally Talavera

Coord. Editorial
Carlos Yabib

Jefe de Producción
Roger SH

Colaboradores
Claudia Arellano
Alejandra Áviles
Alex Campos
Pedro A. Cruz
daken
Mago Reyes
David Sula
Karolina Ulloa
Andrés Velasco

Corrección de Estilo
Estefanía Arista

Equipo Editorial
Ikram Casas
Andy González
Ilse Hernandez
Ilse Sánchez

Diseño Editorial
Studio Shulo

Asesor de Marketing
Carlos Valencia

Portada
Foto: iEve González
MUAH: Carmen Alfaro Arrieta
/ ArtPro Makeup
Styling: Manuel Delgado
Producción: Roger SH

Contacto
info@dixpamag.com

gerencia@dixpamag.com

ÍNDICE

04

Calendaria

05

Las mujeres inventaron el punk

08

Natalie Contreras

17

Valeria Vera

26

Charly Dos Veces López

32

Alia Roof Top

37

Tu Casa de hule

40

Greenwashing



CALENDARIA

Siete Veces Adiós Él y Él

NUEVO TEATRO RAMIRO JIMÉNEZ | JUEVES DE MAYO

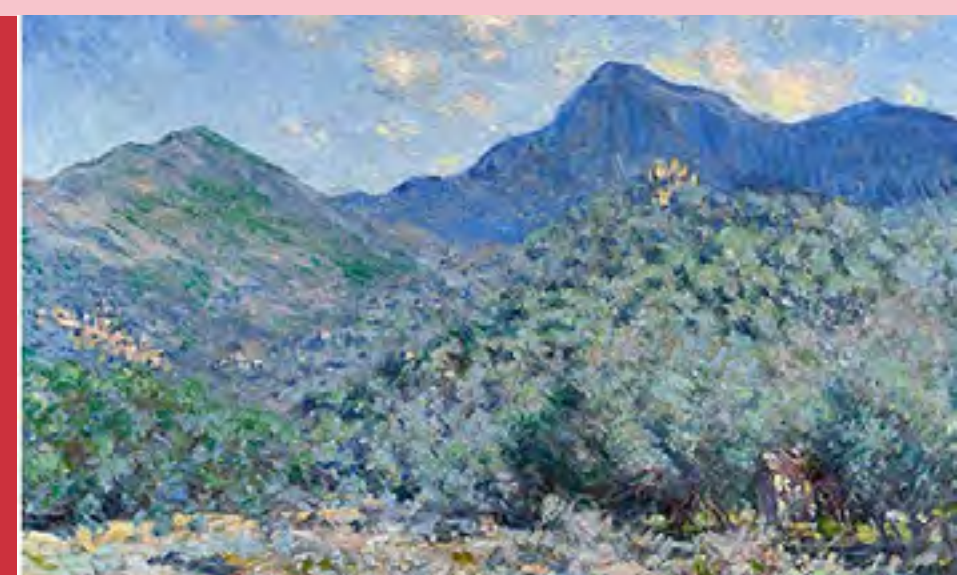


All Stars 8

WOW+ | 12 DE MAYO

Monet. Luces del impresionismo

MUNAL | TODO MAYO



Róisín Murphy LIVE

TEATRO METROPOLITÁN | 15 DE MAYO

Sufjan Stevens Reflections

MUSIC APPS | 19 DE MAYO

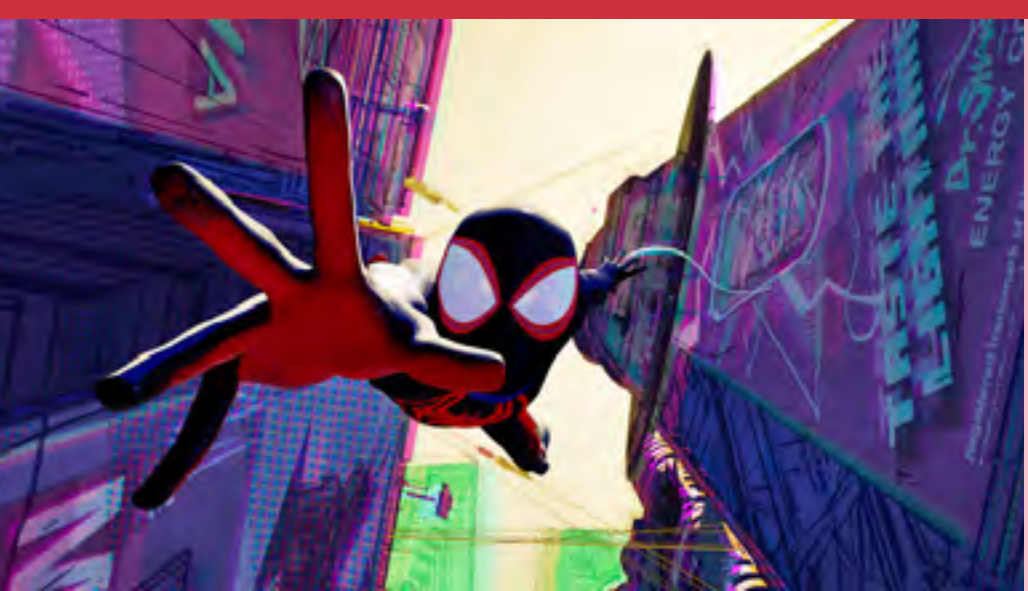


Graciela Iturbide. Retratos para un ritual

MAM | TODO MAYO

La Sirenita

CINES | 25 DE MAYO



Spider-Man: A Través del Spider-Verso

CINES | 1 DE JUNIO

LAS MUJERES INVENTARON EL PUNK, NO INGLATERRA



**OTOBOKE BEAVER Y
AMYL & THE SNIFFERS
EN INDIE ROCKS**

Por: **Andrés Velasco**
Fotos cortesía

Entre los meses de enero y marzo recibimos, en Ciudad de México, una oleada de bandas de nunca pensé que pisarían estas tierras gracias a las movidas del festival Hipnosis. En especial, me emocionó ver a dos estandartes del punk en la actualidad: Otoboke Beaver y Amyl & the Sniffers.

En el Foro Indie Rocks! viví estos conciertos con los amplificadores desbordando guitarrazos y gritos de ira: puedo decir sin temor a equivocarme que el punk no ha muerto y está en buenas manos. Incluso si no cambian demasiado las fórmulas preestablecidas, esta nueva oleada las reinterpreta desde sus realidades para expresarse a corazón abierto sobre el mundo que les rodea, sobre el rechazo que sienten hacia lo que se espera de ellas en sus respectivas culturas y lo que les da vida en un ambiente que busca sofocar y aprovecharse.

Primero tocó ver a Amyl, líder de una de las bandas australianas con mayor crecimiento en los últimos años, ante un lleno total. De entrada, me dio uno de los conciertos más violentos y entretenidos que he vivido gracias a la fuerza de su interpretación y la capacidad que tiene para proyectar y envolverte con su voz con letras como: “‘Cause I can’t text ya and I can’t call ya / But I can think about you / And I can’t kiss ya, and I can’t fuck ya / But I can think about you”.

Amyl tiene una presencia que cada vez aparece menos en la escena punk, donde no sólo se desborda la energía, sino que también se siente una presencia escénica inigualable, así el cuerpo esté aplastado entre empujones y mosh pits.

El mejor momento de la noche, para mí, fue cuando llegó la canción “Knifey”, en la que Amyl se pregunta por qué no sólo puede caminar tranquila en los parques de Melbourne durante la noche y por qué tiene que ir a todos lados con un cuchillo listo, hasta que termina por admitir que preferiría ser encerrada durante algún tiempo en la cárcel tras defenderse con el arma, antes que ser asesinada por cualquier agresor.



De aquí, damos un salto a marzo, donde llegó desde Kioto, con amor, la banda Otoboke Beaver. Admito que mi manejo del japonés es nulo bajo cualquier concepto, pero las distancias lingüísticas que existían entre las letras del conjunto y la lengua que yo hablo se acortaron de manera extraordinaria gracias a que el performance detrás de cada verso siempre fue identificable.

Desde que pusieron pie en el escenario nos dieron un vistazo de lo que sería el resto del concierto: sin presentaciones, comentarios entre canción y canción ni diseños de iluminación de ningún tipo. Todo al grano. Vienen a disfrutar esta música y sólo esta música: dejemos de lado la ostentación. O eso parecían decirnos.

El manejo del público por parte de su cantante, Accorinrin, además, es incomparable: con una teatralidad casi kabuki, decidió no dar ningún *cue* de inicio para las canciones sino hasta que toda la audiencia guardara silencio y,

quizá, algo de gasolina en el tanque para pisar a fondo y reventar el mosh pit o aguantar patadas y *crowdsurfers* sobre nuestras cabezas.

Con canciones que no exceden tres minutos ni son otra cosa aparte de únicas, debo admitir que no sabía qué esperar de ese concierto ni estaba seguro si la energía que irradian en sus grabaciones sería reproducible sobre un escenario. Con canciones como “I am not maternal” o “PARDON?” dieron un concierto que, junto al de Amyl & the Sniffers, se posiciona firmemente como de los mejores este 2023.

Dense una vuelta para escucharles y crucemos los dedos para que vuelvan pronto. Así, quien guste, podrá vivir en carne propia la revitalización de un género que había perdido su empuje más *mainstream* en los últimos años.

NATALIE CONTRERAS

**ME INTERESA SABER CÓMO PODEMOS
USAR HERRAMIENTAS PARA APOYAR A
LAS, LOS, LES MAESTROS DEL MUNDO
QUE AÚN GUARDAN SABIDURÍA Y
CONOCIMIENTOS QUE NO SIEMPRE HAN
PODIDO HEREDAR A
NUEVAS GENERACIONES**

Por: Mago Reyes

Foto: iEve González
MUAH: Antonio Ruz
Styling: Chocholina Ponce
Total Looks: Amo María
3D ART: Studio Shulo

Natalie Contreras Aguilar es coordinadora de un programa de responsabilidad social corporativa para la empresa Adobe, mismo que busca atraer talento latino y de pueblos originarios para la compañía dentro de las áreas de programación de ingeniería de computación, ciencia de data, diseño y marketing.

Dixpa - ¿Qué fue lo que te llevó a integrarte o a interesarte en una empresa como Adobe? ¿Qué fue lo que te cautivó?

Natalie Contreras - Lo que me cautivó fue que yo ya tenía un interés por aprender los programas simplemente para usos creativos como fotografía o diseño gráfico digital, y se me hizo muy útil aprender a usar el Suite porque se podía utilizar de maneras mucho más diferentes. Mi primera inclinación hacia Adobe fue como usuaria y ya después cambió: en ese tiempo, seguía enfocada en aprender de sus programas, pero poco a poco me fui acercando y acercando a la pregunta de si no habría un espacio para mí, con los conocimientos que tenía, en esta empresa que estaba tan cerca de donde yo vivía y que siempre contrataba a gente de alrededor del mundo para trabajar en ella. A partir de que me involucré en actividades de trabajo comunitario, me interesé por temas sociales, de educación pública y arte, fue más o menos que descubrí y apliqué a un programa que te prometía aprendizajes de técnica introductoria de tecnología. Ahí, los encargados del programa, mencionaron que había una beca ofrecida por Adobe en 2017 y pensaron que yo sería una buena candi-



data. Simplemente me presté a la ocasión, entregué mi dossier y me dieron la beca para aprender desarrollo web: fue muy difícil, pero valió la pena cuando me dieron la oportunidad de hacer una pasantía por tres meses en la empresa. A los meses, me contactó la persona a cargo del programa de Adobe para preguntarme si tenía interés en unirme como personal administrativo y también para saber si me interesaría manejarla en un futuro. Y aquí estoy.

D - En la industria de la tecnología, en general, ha habido una crítica referente a los problemas de racialización, falta de representación y la forma como eso incide en cómo se programan o construyen ciertos algoritmos. Esta beca de Adobe que busca integrar a otro tipo de perfiles, ¿de qué manera contribuye o aporta algo nuevo a esa conversación?

NC - Es muy importante reconocer que, como muchas de las industrias en el mundo, este espacio de Silicon Valley verdaderamente surgió en un área geográfica con mucha segregación, pero que también tiene una fuerte carga histórica de movimientos sociales. Entonces, a partir de que se crean estas nuevas corporaciones también comienzan a usarse estos filtros de educación, economía, finanzas o estratos sociales simplemente porque mucha gente que entraba era referida entre amigos. Eso tampoco quiere decir que no existía gente como nosotros al principio, pero éramos muy pocos. Si solamente los mismos amigos iban refiriéndose uno a uno y no tenías la suerte de co-

ES MUY IMPORTANTE RECONOCER QUE ESTE ESPACIO DE SILICON VALLEY SURGIÓ EN UN ÁREA GEOGRÁFICA CON MUCHA SEGREGACIÓN, PERO QUE TAMBIÉN TIENE UNA FUERTE CARGA HISTÓRICA DE MOVIMIENTOS SOCIALES

nocer ni a una persona de esos espacios, bueno, no ibas a ser referido nunca porque no tenías el contacto. Era todo. Lo que hace un programa como éste de Adobe o muchos otros que existen ahorita es sacudir poquito el polvo de cómo se hacen estos procesos de selección: eliminan algunos filtros para atraer talento y retenerlo. Eso también lleva a conversaciones de inclusividad y a hacer esfuerzos para que los equipos integren diversas perspectivas dentro de sus espacios de trabajo, con el fin de que, ojalá, éstas se puedan integrar a los productos de cada compañía, que es lo que hace falta.

Yo diría que un programa como el Adobe Digital Academy que yo manejo es súper importante porque trabajamos para atraer talento de organizaciones que trabajan exclusivamente con gente de bajos recursos, gente que no ha podido entrar a espacios como una universidad o una carrera técnica por falta de recursos o por cosas que han pasado en sus vidas. Seguido encontramos candidatos que tienen todo el potencial imaginable y a quienes sólo les falta un respaldo financiero. Entonces,



NOSOTROS NECESITAMOS LAS HERRAMIENTAS PARA SER AUTOSUFICIENTES Y PIENSO QUE TENEMOS TODO A LA MANO EN FORMA DE FOTOGRAFÍA, VIDEOGRAFÍA, DOCUMENTACIÓN DIGITAL Y DEMÁS.

bueno, ¿qué pasa si eliminamos las barreras para que la gente adquiera conocimientos y entre a círculos donde no habían podido llegar? Eso es lo que tratamos de hacer y una compañía como Adobe tiene un margen de maniobra muy grande para apoyar a estos sectores poblacionales gracias a que está involucrado con muchísimas industrias. Con nuestros esfuerzos no solamente involucramos al *user base* en su nivel más básico, sino que afectamos a otras industrias que también usan nuestros productos y a sus usuarios. Las estadísticas del programa crecen cada año y las compañías han hecho un mejor trabajo para incrementar tasas de diversidad e inclusividad, partiendo desde los lugares del mundo a los que pertenece su fuerza laboral o qué porcentaje son mujeres o qué porcentaje tiene un cierto *cultural background*. Aun así, bueno, todavía somos una minoría, pero lo que no hay que perder de vista es que cada año avanza más la tecnología y se van abriendo nuevas y mejores oportunidades para entrar en estos espacios laborales. Los programas de apoyo se

vuelven todavía más importantes cuando entendemos que nuestra población no ve el mismo crecimiento en términos de representación: o nos quedamos igual o hasta disminuye nuestra presencia en ciertas industrias.

D - ¿Algo con lo que te gustaría cerrar?

NC - Ahorita estoy muy conectada con este espacio, pero también me llama mucho la atención el involucrarme en la preservación de conocimientos tradicionales, de medicina más que nada. Me interesa saber cómo podemos usar herramientas para apoyar a las, los, les maestros del mundo que aún guardan sabiduría y conocimientos que no siempre han podido heredar a nuevas generaciones. Nosotros como nativos digitales pues tendremos habilidades específicas como usar un celular, descargar aplicaciones o yo qué sé, pero valdría muchísimo la pena involucrarnos en ser los arquitectos digitales que logren resguardar toda esta información de una forma ética para que nadie imagine, recuerde ni invente nuestras historias por nosotros. Nosotros necesitamos las herramientas para ser autosuficientes y pienso que tenemos todo a la mano en forma de fotografía, videografía, documentación digital y demás, aparte de que quién sabe cuánto más podremos lograr con las nuevas herramientas de realidad aumentada, realidad virtual, *machinery* e inteligencia artificial, porque ahorita estamos en un eje de cambio donde estamos trasladándonos de la web 2.0 a la 3.0.



Yo pertenezco a una generación que vivió los cambios de la era análoga a la digital, pero la generación que me siguió no tuvo esa oportunidad y simplemente han existido en lo digital. La pregunta entonces es cómo vamos a seguir integrando lo que unos y otros, como generación, hemos vivido: va a ser muy interesante encontrar espacios como la Digital Academy para desarrollar estas competencias de convivencia intergeneracionales.





THE LOCAL TAILOR

**THE
LOCAL
TAILOR**



Ready to Wear & Made to Measure
Prendas de linea y Hechas a la medida.



@the_local_tailor

Freddie Alva, participante de La Voz Mexico usando Jeans entramados con recycled fabric y Sudadera de la misma tecnica de nuestra coleccion AW22.

Studio: @tocaestudiofotografico Foto: @alexfotografo MUAH: @adalu.baeza



**ESTOY EN BUSCA DE OPORTUNIDADES
Y LUGARES DONDE PUEDA SEGUIR
ROMPIENDO NORMAS**

Por: Mago Reyes

Foto: iEve González
MUAH: Carmen Alfaro Arrieta
/ Art Pro Makeup
Styling: Manuel Delgado
Producción: Roger SH
Locación: Teatro Ramiro Jiménez

Valeria Vera, actriz, productora y creadora, es actualmente el personaje de Amor en la obra *Siete veces adiós* y una de la protagonistas de *Fuga de reinas* en Netflix. Charlamos con ella sobre su trabajo, la vida y las enseñanzas que van quedando con el paso del tiempo y el cambio.

Dixpa - Tengo entendido que también has hecho dirección y dramaturgia, ¿cierto?

Valeria Vera - He hecho ejercicios relacionados, sobre todo porque no quería quitarme a mí misma la posibilidad de escribir. En algún momento, escribí un monólogo que dirigió Ceci Suarez y, la verdad, es que me pareció un músculo muy tortuoso para ejercitar: igual no lo es tanto si el resultado termina siendo muy lindo, pero creo que los escritores, su disciplina y su talento pertenecen a un mundo aparte del mío.

D - Este proyecto de *7 veces adiós*, ¿cómo llega a tus manos? ¿En qué momento de tu vida aparece como una oportunidad?

VV - Puta, me encontró en un momento muy particular. Mi madre murió en noviembre y me separé hace unos meses, entonces... bueno, diría que gracias a Dios he sentido mucho cobijo con esta obra desde el texto, desde la escena, desde lo que hace el teatro conmigo y para mí. Es goce, sanación, comprensión y revolución. El teatro me vuelve a poner en un montaje al estilo de esos con los que comencé mi carrera: o sea, empecé mi ca-



mino haciendo *Amor sin barreras* y *Hoy no me puedo levantar*, entonces me ha tocado vivir un fenómeno teatral donde cada función está llena, la gente te recomienda, donde las obras funcionan en todos los sentidos y en todos los niveles... son circunstancias que se vuelven un lugar de cobijo y mucho amor. Me hacen valorar el camino artístico que he tenido hasta ahora.

D - ¿Qué papel ha jugado el amor en tu vida? ¿Cómo vives diferentes tipos de amor con las personas que te rodean?

VV - El amor en mi vida siempre ha sido un ingrediente esencial. Diría que soy un ser totalmente amoroso, que ama y es amable. Ahora mismo tengo una percepción del amor, o estoy intentando tener una percepción de él, más honesto y justo. Estoy tratando de comprender las dinámicas que no tengan que se relacionan con un amor romántico o doloroso, de esos donde yo te prometo y tú me prometes y sólo a partir de eso evoluciona o se cae el mundo. Más bien busco por este lado de "yo me relaciono contigo, pero sólo puedo comprometerme a lo que te puedo dar. Si eso está bien para ti, qué increíble". Siento que, hoy día, las relaciones y el amor deben ser un lugar seguro, de comunicación, de resguardo, de alivio y mucha diversión, de apertura sexual y no de posesión, de miedo ni de celos. No deben ser lugares donde se continúe la toxicidad que venimos arrastrando por los siglos de los siglos.

D - Hablando de arrastrar y vivir estas malas experiencias, ¿cuál ha sido la ruptura amorosa que más recuerdas?

VV - Híjole, pues no sé si original es la palabra que usaría, pero la que más me ha marcado fue cuando estuve en una relación muy, muy comprometida. En ella tuve un intento por entrar al mundo de la maternidad, pero también experimenté la pérdida de un bebé y, pasados tres meses, la relación llegó a su final y me dijeron que me tenía que ir.

D - ¿Cómo te habría gustado que pasara este gran corte si pudieras cambiarle algo?

VV - Creo que lo que acabo de vivir fue una experiencia bastante completa en el sentido de cómo salió todo. Me apoyé en un proceso terapéutico, se mantuvo el diálogo entre mi pareja de entonces y yo, además de que tuvimos a una terapeuta presente, se pusieron sobre la mesa las cosas que cada quien buscaba, soñaba o quería y el corazón de cada una vivió con toda honestidad el proceso. A partir de eso, fue que se respetó la separación: fue un gran regalo el lograr hacerlo con amor, con respeto y sentir calma y tranquilidad en el corazón después de eso.

D - ¿De qué manera ha cambiado tu forma de entender y habitar el mundo a través de las reflexiones que pone sobre la mesa el feminismo y el movimiento LGBT+?

VV - Creo que yo ya traía un chip



Pantalón: CURUBA

integrado desde chiquita, gracias al que siempre me sentí muy orgullosa de ser niña: eso me convirtió en ser muy libre. Nunca fui mucho de meterme con las masas porque nunca se sintió muy bien mi energía ahí, pero mi conciencia y mi energía sí se sentían bien en otros contextos: yo nunca tuve miedo de salir del clóset, en acompañar a gente para que saliera del clóset, nunca tuve miedo de expresarme, nunca fingí, nunca quise verme más femenina o menos masculina. Y ahora que veo tanta manifestación y tanta necesidad de volver visibles las diferentes formas que toma la sexualidad, la expresión de género y lo que vuelve irrepetible a cada persona me parece que es un ejercicio súper válido y necesario, siempre que no haya violencia física, emocional, verbal ni de ningún tipo en el proceso de identificarnos. También me gusta recordar a la niña que fui antes de entender muchas cosas, ¿sabes? Y ser esa niña lesbianita feliz que hoy le abre camino a nuevas generaciones para que, con algo de suerte, puedan manifestar mejor quiénes son, que puedan comunicarlo en redes, hacer grandes marchas, en fin. Eso hace que mi lucha personal y mi proceso sigan evolucionando. Creo que de eso se trata. Y tanto para la comunidad LGBTTTQ+, el feminismo, o cualquier otra causa, nuestra labor como partidarios o miembros o conocidos de una y otra comunidad es fortalecer ese sentido de pertenencia, de apoyo para investigar, para exigir, para educar y combatir opiniones, juicios y creencias.

D - La sociedad, a partir de cómo nos percibe físicamente o visualmente, trata de definir qué podemos hacer o ser y qué no. ¿Tú cómo le has hecho frente a esto?

VV - Puta, es que es bien fuerte. Justo hablábamos de mi masculinidad, de cómo gracias a eso es que abrazo más mi vida, pero sí pasé por etapas donde hasta un manager me dijo “ponte chichis” o “baja de peso” o “déjate el pelo largo”. Cualquier cantidad de veces me han sacado de baños con distinciones binarias donde me dicen: “joven, el baño de hombres es del otro lado” y tal. Es muy raro, incluso, relacionarme porque hay ocasiones donde las personas creen que yo puedo tener un rol más impositivo o masculino sólo por mi aspecto, cuando la realidad es todo lo contrario. Soy un ser de carácter sutil, suavecita, y creo que estas ideas y expectativas creadas alrededor de mí tienen todo que ver con lo mismo: la etiqueta del aspecto. Cada vez estamos más cerca de que al mundo lo habiten personas con alma y no género: es importante diluirlo porque, al hacerlo, diluimos también todas estas etiquetas viejas de las masculinidades y la feminidades, de que la falda representa esto, este color esto otro, de que me comporte así por esta razón o por aquella o porque me enseñaron que ese es mi rol en esta sociedad. Yo estoy en busca de oportunidades y lugares donde pueda seguir rompiendo normas, ¿sabes? Y me siento muy cómoda porque las nuevas generaciones me dan herramientas para, por ejemplo, asumirme



MI MASCULINIDAD ES PARTE DE MI CONSTRUCCIÓN Y SER MUJER NO TIENE QUE TENER UNA CONNOTACIÓN TRADICIONALMENTE FEMENINA.

como alguien no binario o que le gusta verse guapo, pero se identifica con el pronombre ella. Eso es bien chido: jugar con tus placeres, tus reconocimientos y verte en el espejo y honrar y descubrir quién eres, de dónde vienes o cuáles son los planes por los que te gustaría trabajar.

D - ¿Qué has encontrado en esta exploración de la masculinidad?

VV - He encontrado que no necesito eso que siempre dijeron que era esencial para “ser mujer”. He encontrado, además, que mi masculinidad es parte de mi construcción y que ser mujer no tiene que tener una connotación tradicionalmente femenina. En la masculinidad he encontrado una

fuerza y una solidaridad hermosísima, he encontrado un físico muy atractivo, he encontrado comodidad con la idea de lo *genderless* porque, por ejemplo, no termino de sentirme bien con los jeans de corte en “v”. Me encuentro en un lugar que habito feliz y está lleno de amor, lleno de respeto, donde me encanta arreglarme y puedo hacerlo al mismo tiempo que me veo guapo/guapa. Pienso que llegar ahí tiene que ver con la relación que exista entre tu persona y tu propio erotismo, entonces puedo decir que estoy en un punto extremadamente saludable de esa relación, pero también va de la mano con el amor propio y el trabajo personal que hago para sentirme cómoda conmigo.



Blazer: Zara
Areres Navarro



GALLETAS, BROWNIES Y EMPANADAS

CONTAMOS CON SERVICIO DE
CATERING Y COFFEE BREAK

IG: @SULA_KITCHEN_



SULA KITCHEN

A portrait of Charly López, a man with grey hair and a beard, wearing a light-colored trench coat and a pearl necklace. He is looking directly at the camera with a serious expression. The background is dark and out of focus.

CHARLY 2 VECES LÓPEZ

**ESTAMOS EN UN MOMENTO HISTÓRICO
Y DECISIVO PARA NUESTRO MOVIMIENTO,
PARA NUESTROS DERECHOS.**

Por: Pedro A. Cruz

Foto: iEve González

Carlos López López, mejor conocido como Charly 2 Veces López, es sociólogo graduado de la UNAM y, actualmente, coordinador de Promoción y Formación de Derechos de Personas LGBTTTI+ en la Dirección General de Diversidad Sexual y Derechos Humanos del Gobierno de la Ciudad de México. Decidimos platicar con él para revisar los derechos alcanzados por la comunidad LGBT+ en la CDMX y lo que queda por hacer.

Charly 2 Veces López - Yo creo que estamos en un momento histórico y decisivo para nuestro movimiento, para nuestros derechos. Porque si bien hemos alcanzado mucho en poco tiempo y de todos los movimientos sociales “jóvenes” el de la Comunidad está entre los que más han avanzado, me parece que el avance de grupos antiderechos en estos últimos 5 años nos obliga a redoblar esfuerzos para incidir en las agendas públicas: tanto para legislaciones pendientes como para fortalecer las que ya habíamos ganado. De pronto, muchas personas se han creído que con el matrimonio igualitario o el derecho a la identidad de género ya es suficiente y no: es apenas el arranque para garantizar acceso a otros derechos. Empiezan a visibilizarse otras problemáticas, otras agendas, otras poblaciones que no necesariamente tienen que ver con las orientaciones sexuales de personas gays y lesbianas o las identidades de género trans, otras poblaciones e intersecciones que no necesariamente están cruzadas ni atendidas con la garantía del reconocimiento del matrimonio igualitario o el acceso a la identidad de género y hay que trabajar para que se solucionen sus necesidades.

Dixpa - ¿Has encontrado críticas por pasar del activismo a lo institucional?

C2VL: Fíjate que no me ha pasado: pero sé que hay otras entidades donde también se han abierto este tipo de espacios, otros estados, otras ciudades donde sí los hay. A mí me parece que, en el caso de nosotres en la Dirección General, como venimos también del movimiento y ya tenemos un camino andado desde el lado de la sociedad civil me parece que las organizaciones en lugar de decir que no somos legítimas, dicen “ok, tú llegaste porque formas parte de un proceso, de un movimiento, de una lucha y ahora estás ahí y tienes que responder a todo eso por lo que luchabas”. Entonces, más que un reclamo de legitimidad, hay una exigencia en el cumplimiento de la agenda y las funciones porque somos la primera área de diversidad sexual en un gobierno de la Ciudad de México, así: con todas sus letras. La exigencia se vuelve doble porque somos una área nueva y somos la primera entidad que brinda atención a personas LGBTQ+ como parte de las funciones del gobierno estatal.

Reconozco perfectamente que el puesto que ocupo es un puesto que no, no se debe solamente a Charly 2 Veces López, sino que es un cargo que debo a un movimiento completo y que el movimiento fue el que logró que se abriera este espacio. Y yo tengo que responder a esas poblaciones.

D - También están surgiendo otros temas, otras intersecciones abordadas desde el racismo o la transfobia presente en la misma Comunidad. ¿Cómo empezar a trabajar esto desde la atención a los Derechos Humanos?

C2VL: A mí me parece que la agenda del racismo es una que hemos tenido tan normalizada y que volvimos tan cotidiana dentro de las poblaciones de la diversidad sexual y de género que, cada que surgen nuevas voces poniéndolo sobre la mesa, nosotras no podemos dar el relevo y ya. Además de tener un componente racista dentro de nuestras propias poblaciones, también hemos generado frentes de capacitismo, de gordofobia, de serofobia, de un montón de lastres que muchas personas se niegan a reconocer porque creen que, como somos un grupo de atención prioritaria y como venimos de la segregación por ser LGBTQ+, eso nos exime de todo mal. Que al ser parte de una población vulnerable, pareciera que cometer actos discriminatorios es imposible y eso es absolutamente falso. Hay que reconocerlo. Dentro de nuestras poblaciones también se cometen esos agravantes.

Lo interesante es que desde nuestras propias poblaciones también se está haciendo trabajo para erradicarlas, me parece que dentro, por ejemplo, de las agendas de las compañeras lesbianas, de las personas trans, ya existe un avance significativo en materia de lucha contra todo tipo de violencias, contra todo tipo de discriminación y la población de hombres



gays es una que parece tener más dificultades para incluirse en estas agendas con el famoso “gay lifestyle” de finales de los noventa y que todavía no podemos desarticular. Se ve en las aplicaciones de ligue: en cómo es la aspiración de mucha banda ahí o que va a los antros a ligarse a una persona blanca, de 1.80 o más, musculosa, con una profesión exitosa, clase media alta, con un cierto tipo de ropa y un cierto estilo de vida.

Me parece que tenemos una gran oportunidad para que las instituciones, en colaboración con las organizaciones civiles, avancemos y nos sumemos a las luchas antirracistas que ya se están poniendo en la mesa y la discusión pública. En el caso de la Ciudad de México, por ejemplo, esto nos permitiría sumarnos a la acción desde la diversidad sexual a la labor que hace, por decir, el Consejo para Prevenir y Eliminar la Discriminación de la Ciudad de México en esa materia: siendo que ahí ya tienen prácticas antidiscriminatorias, antiracistas y que se verían enriquecidas desde el enfoque de diversidad sexual. Así podríamos generar secciones y acciones muy poderosas que no son posibles desde lo individual.

D - En ese sentido, ¿tendríamos que hacer alguna revisión sobre la idea de derechos humanos, dado que fueron ideados dentro de un contexto europeo y gringo?

C2VL - Me parece que todos los conceptos tienen que estar sujetos a revisión y que tienen que estar sujetos, también, a la georeferenciación del lugar al que llegan.

Las luchas de los derechos humanos son importantísimas y han logrado avances muy importantes para muchas poblaciones, como las mujeres, las personas afrodescendientes, las personas indígenas, quienes viven en situación de calle, los migrantes y, en ese sentido, también la riqueza está en saber que, si estas agendas de derechos se encuentran en México y las estamos trabajando, también podemos enriquecerlas a través de la transversalidad, de lo que se puede hacer en cada localidad, desde las circunstancias que existen en México y a partir de nuestros rasgos culturales.

¿Cómo logramos que los derechos humanos, que las agendas de derechos humanos, tengan esta interseccionalidad y viceversa entre los rasgos culturales de nuestro país y lo que propiamente conocemos como agendas de derechos? Me parece que la pregunta se responde con los resultados que estamos viendo: hay avances importantes, por ejemplo, cuando me involucro en espacios educativos para abrir actividades en materia de diversidad sexual y de género a nivel secundaria, a nivel bachillerato, en universidades, y les digo que, cuando yo cursé la secundaria, la prepa o la universidad, las cosas eran completamente diferentes. Jamás hubiera pensado que iba a existir una plática sobre diversidad, que eso era imposible. Me parece que todo aporta, todo suma, todo contribuye porque, además, así es la historia: es un proceso cambiante que nunca deja de producir.

D - Con ese avance, también apa-



recen nuevas acciones del otro lado, como pasa con los discursos odiantes, ¿Qué hacer frente a esas expresiones desde el cuidado por los derechos humanos?

C2VL - Esto es bien interesante porque hay que ser más enfáticas en cuáles son los derechos en un primer lugar. Por ejemplo, la libertad de expresión es un derecho humano, pero desde ahí se escudan muchos grupos antiderechos, grupos odiantes, LGBT-odiantes, para poder esgrimir sus descalificaciones. Me parece que ahí hay una de las más grandes tareas pendientes y para las que, además, ya hay varios instrumentos internacionales que dan cuenta de cuáles son los límites de la libertad de expresión y cómo, por supuesto, estos discursos de odio no

entran dentro de ninguna categoría de libertad de expresión. Otra tarea indispensable es seguir promoviendo dentro de nuestras propias poblaciones sexodiversas que cada quien es una persona sujeta de derechos: hay mucha "banda" LGBT+ que todavía no se cree o no se reconoce como sujeta de derechos, que cree que no tiene derecho a exigir sin miedo. Debería ser más sencillo en la Ciudad de México, ya que la infraestructura para este tema es muy robusta en comparación con otros estados, pero necesitamos que la gente se apropie, se reconozca y se empodere. Esto también le da una exigencia a las instituciones para responder a los reclamos de la ciudadanía.

A rooftop pool area with lounge chairs and a blue building in the background. The pool is on the left, with a metal ladder. To the right are several lounge chairs with blue cushions. In the background is a tall blue building with a white square on its facade and a radio tower on top. There are also some trees and other buildings visible.

ALÍA ROOF TOP

EL NUEVO ESPACIO DE LA
NÁPOLES QUE DEBES CONOCER

Por: Roger SH

Fotos cortesía de Alia



Alía Roof Top se ha convertido en uno de los nuevos espacios favoritos en la colonia Nápoles, una de las zonas más eclécticas y de moda en la capital, gracias a la oferta y las experiencias personalizadas que ofrecen, así como su relación entre calidad y precios.

Desde que llegues, te enamorarás del espacio ya que Alía también es un hotel boutique, con influencias art decó, y su personal está ampliamente capacitado para ofrecer una atención con altos estándares, cuidando así de cada experiencia desde el principio hasta el final.



Así, luego de subir por el elevador, llegarás al roof garden que cuenta con una vista espectacular hacia el World Trade Center, además de una alberca con vista tipo infinito, jacuzzi, camastros, mesas, espacios lounge y muy buena música: los elementos perfectos para pasarse una tarde amena.

Sumado a esto, ofrecen el servicio de restaurante donde los sabores de casa y los recuerdos de las comidas familiares mexicanas inspiran su menú: y eso no es todo, ya que tienen una exclusiva barra donde tienen todo tipo de licores nacionales e internacionales, al igual que coctelería de autor.

Este espacio es ideal para llegar con tus amigos y desconectarte un rato de la ciudad, disfrutando de la alberca mientras tomas las fotos más instagramables y que a todos encantarán.

**DÓNDE: CALLE NUEVA YORK NO. 178,
NÁPOLES, BENITO JUÁREZ, CDMX.**

INSTAGRAM: @ALIAROOFTOP





55 7258 0295
Manizales 1007
Lindavista Norte
Gustavo A. Madero
CDMX



*la
folleria*

TU CASA DE HULE

Por: Roger SH



Cuando hablamos de plantas y de ser un auténtico plant lover, el camino que nos lleva hacia allá puede venir de un interés y habilidad natos o tratarse de algo adquirido. Los plant lovers siempre están buscando nuevas especies para tenerlas en casa, sin importar que sean los tamaños, colores o formas más tradicionales o se trate de los más exóticos.

Por esto, queremos hablarles de la planta árbol del caucho o, en términos científicos, Ficus Elástica. que es una de las más comunes en el mercado nacional y que puede encontrarse y adaptarse a cualquier interior. O para ser más claros y regionales con el nombre, hablamos de: la planta de hule.



***Características generales**

Sus hojas de color verde oscuro y gran tamaño le dan un toque elegante, además de que suelen tener un brillo muy especial y les caracteriza su tallo macizo con hojas grandes. Es originaria de las zonas tropicales de India, Malasia y China.

***¿Cuánto pueden crecer?**

En un clima mediterráneo, llegan a medir entre 10 y 15 metros, pero en un clima más tropical llegan incluso a los 30 metros.

***¿Cuánta luz necesitan?**

Ojo: si bien tolera el sol directo, no es lo más recomendable ya que sus hojas pueden quemarse y, en algunos casos, hasta marchitarse. Apuesta siempre por un lugar con mucha luz indirecta. La temperatura ideal que ama está entre los 16°C y 21 °C.

Con esta información, ahora ya sabes: si buscabas nuevas opciones para el follaje de tu casa u oficina, sin duda que ésta puede ser una buena opción.

A conceptual photograph of a man in a dark suit and tie. His face and the shoulders of his suit are covered in a thick layer of vibrant green moss. He stands in a city street with tall buildings in the background and large green plants in the foreground. The image is used as a background for the text.

Greenwashing

**COMO LA INDUSTRIA DE LA MODA
UTILIZA LAS REDES SOCIALES PARA
ENGAÑAR AL CONSUMIDOR**

Por: Alex Campos

El *greenwashing* es una práctica que utilizan algunas marcas para hacer pensar al consumidor que son conscientes y respetuosos con el medio ambiente. Normalmente, utilizan estrategias de mercadotecnia como son etiquetar las prendas con símbolos que reflejan ciertos procesos de reciclaje, se comprometan con una conciencia verde o fingiendo que el producto y su manufactura son, en realidad, ecológicos.

El Índice de Transparencia en la Moda 2021, publicado por Fashion Revolution, mide la transparencia en sus prácticas sustentables, emisiones de carbono, el manejo de desperdicios y la paga justa a sus trabajadores e indica que la calificación global de las marcas evaluadas apenas llega a un 23% en promedio.

Un aspecto que me parece importante aclarar, es que no podemos poner todas las marcas en un solo saco. Sobre todo porque las distinguen cosas como:

- los recursos económicos disponibles
- el origen de sus componentes
- el país en donde fueron fundadas o el país en donde fabrican sus piezas o las ensamblan
- el país en donde se encuentran sus corporativos
- el tamaño de las marcas
- el manejo de insumos y sus cadenas de producción
- la manera en la que fabrican a escala industrial o qué tan local y pequeña es su operación

Todos estos factores hacen una gran diferencia que hace imposible cualquier comparación equitativa y justa. No me mal interpreten: el *greenwashing* está presente tanto en los titanes de la moda como en las pequeñas marcas, ya que muchas veces sólo añaden un hashtag que diga #Ecofriendly y es todo.

Independientemente de su gravedad, esta práctica es igualmente reprobable, pero no debemos medir con los mismos números y expectativas a empresas que, dentro de la misma industria, pueden ser tan diferentes. Ese es un principio metodológico fundamental. Por ejemplo: ¿qué pasa si un pequeño productor (un diseñador local) utiliza en sus prendas sólo poliéster para hacerlas baratas? ¿Es éticamente responsable?

¿O el mediano productor que usa algodón para confeccionar uniformes y no sabe exactamente de donde viene el material que compró al proveedor y, además, al confeccionar no tiene ningún cuidado en cuanto al corte de prendas y el aprovechamiento óptimo del algodón?

¿Y en el caso de marcas grandísimas, cuando dicen que la energía que utilizan es 100% proveniente de energías renovables, pero no te cuentan que eso solamente aplica para las oficinas corporativas y que ninguno de sus fabricantes, proveedores y subsidiarias cumple con esto? En todo caso, estaríamos hablando de engaños nuevamente.

¿Qué hace a una marca éticamente responsable?

Good on You es una app que da evaluaciones a marcas de moda y considera los impactos que éstas tienen en su cadena de suministros, analizando desde la materia prima hasta el uso y destino final de cada prenda, mismas que se evalúan en un sistema de aproximadamente 500 puntos en rela-

ción con más de 100 variantes.

Es importante que el consumidor conozca dónde y cómo es que se fabricó su ropa, quién la manufacturó, de qué está hecha, cómo tratan a sus trabajadores y qué impacto ambiental tienen sus productos en cada etapa del ciclo de vida que tiene cada prenda para que cada persona tome la decisión de si estos factores jugarán un papel o no en su compra.

La cadena de suministro en la moda es tan grande y complicada que sus problemas son muy extensos, motivo por el que Good on You organiza su investigación en tres áreas principales:

- 1) la gente
- 2) el planeta
- 3) los animales

Cada paso es importante y las marcas pequeñas también pueden darlos sin tener que ajustarse a los niveles de compromiso y cambio de marcas globales, que, muchas veces, tampoco encuentran el rumbo más ecofriendly con facilidad o claridad.

Los matices en estos temas son muchísimos, las implicaciones son enormes y los pasos a seguir para mejorar cada huella de carbono no siempre están perfectamente delimitados todas las veces, por lo que vale la pena ayudarse de estudios, guías y las recomendaciones sobre el tema de circularidad que tengamos a la mano, como los que la Ellen MacArthur Foundation ponía al alcance del público por primera vez allá por 2010.



Hablemos de las marcas de lujo

En mi caso, tuve la oportunidad de trabajar en una empresa que hacía bordados a mano para marcas de lujo: normalmente, lo que hacíamos era alta costura (que es un término para el que valdría un artículo completo aparte, pero ahora no es el tema). Sin embargo, vi de primera mano la diferencia de precios entre las materias primas para cosas tan sencillas como lentejuelas, donde el precio de un millar hecha de materiales reciclados podía ser hasta cinco veces más alto que el de las normales.

Y podríamos pensar que para Dolce & Gabbana pagar 5 veces más por lentejuelas recicladas es una decisión sencilla, ¡pero no!

Aunque también es cierto que vi cómo pagaban un boleto de avión para tener la posibilidad de volar piezas como un sólo abrigo. En ese caso, valdría la pena preguntarse ¿qué hay de la huella de carbono que produce el volar prendas individuales al interior de vuelos comerciales?

Gucci, Bottega Veneta, Saint Laurent y Balenciaga, todas marcas pertenecientes al grupo Kering, recientemente publicaron la “Guía para evitar el greenwashing” donde sugieren que hagamos presión como consumidores con el fin de que ya no se use un lenguaje genérico como “Green”, “Eco-Friendly” o “Environmentally-Friendly” para englobar la idea de “hacer un esfuerzo por reducir emisiones de carbono” de tal forma que los po-

sicionamientos sean verdaderos, relevantes, claros, sin ambigüedades, verificables, bien sustentados y que sean acompañados de certificaciones independientes. En resumen, que ya no nos dejemos llevar sólo por la buena fe y la aparente transparencia de quienes producen los objetos que usamos.

Recordemos que este mismo grupo de marcas crearon el Fashion Pact en 2019, que incluye a más de 60 marcas de moda en total y basa sus propuestas en 3 pilares:

- 1) clima
- 2) biodiversidad
- 3) océano

Apenas en 2021 LVMH, el grupo de marcas de lujo más grande del mundo, publicó por primera vez un reporte de compromisos e iniciativas sociales y medioambientales a las cuales se ceñirá para cualquier práctica futura. De nuevo, ¡apenas en 2021!

Una ventaja que tienen los objetos considerados “de lujo” es que su producción no es exactamente masiva, puesto que normalmente no se producen miles o cientos de miles de piezas iguales, sino que necesitan, por ejemplo, certificaciones de origen, como sucede con la leyenda “Made in Italy” que requiere que sus piezas sean fabricadas localmente, aunque después vayan a ser distribuidas por el mundo.

Ahora hablemos de las marcas de fast fashion

Zara cuelga de algunas de sus prendas unas etiquetas muy monas que dicen #JoinLife y hablan de ser parte de esfuerzos manufactureros para reducir emisiones contaminantes o reducir el consumo de agua para realizar cada objeto y, siguiendo el código QR de la etiqueta, especifica ciertos procesos donde teóricamente se habría reducido la cantidad de agua para producir cada prenda. Sin embargo, estos datos no especifican con absoluta claridad cuánta agua se utilizó ni cómo se ahorró, además de que cada etiqueta contiene una certificación dada por Join Life, perteneciente al grupo Inditex, lo cual bien podría significar que Zara certifica que Zara está diciendo la verdad.

H&M incluye, en los filtros de búsqueda para productos vendidos por su sitio web, una pestaña de nombre Origen del Producto, misma que, en términos simples, cumple su cometido porque sí explica si la composición del material que busco es lana o algodón o poliéster, pero en ningún momento especifica de dónde sacaron las prendas o cómo y en qué condiciones fueron fabricadas: quizá sea ropa proveniente de Myanmar, pero a menos que lo recorra todo buscando al fabricante, pues, no voy a saber si tiene o no a niños, adolescentes u otros grupos vulnerados trabajando turnos de 14 o 16 horas.

También está muy bien especificado que sus prendas son manu-

facturadas por proveedores independientes, sujetos a un “estricto código de manufactura”, pero sucede lo mismo que con Zara: bien podemos decir que H&M certifica que sus proveedores siguen los “estrictos estándares” de H&M para producir mercancía.

Otro ejemplo preocupante es el de Shein, empresa valuada en más de 60 mil millones de dólares, que no guarda cuentas claras ni cita ninguna fuente confiable aparte de su sitio web donde habla poco de sustentabilidad pero sin proporcionarnos ninguna cifra real. Shein se ha visto beneficiada por un hueco en la ley de Estados Unidos que dice que si un paquete entra por la frontera y tiene un valor menor a 800 dólares, éste puede pasar sin pagar impuestos, además de no estar sujeto a las regulaciones que checan la presencia de algunos químicos en la ropa o si usan o no materiales prohibidos por la ley de ese país. Originalmente, esta ley pretendía beneficiar a los pequeños productores, pero la marca la ha aprovechado para posicionarse dentro del mercado americano.

Aunque en México Shein sólo tiene una penetración en el mercado de 9%, es la app de ropa más descargada del país y ha hecho alianzas con diseñadores mexicanos, pero muchas veces ni siquiera ellos saben exactamente cuál es el proceso que sigue la empresa para lograr la producción de sus piezas colaborativas, según un reportaje realizado por Coolhunters México.



¿Y qué hay de los pequeños productores?

Bueno, pareciera que las marcas locales podrían ofrecer una solución a los problemas del greenwashing, aunque no hay que olvidar que, para ellos, no existen regulaciones ni obligaciones por ley que requieran transparentar procesos o cadenas de suministros.

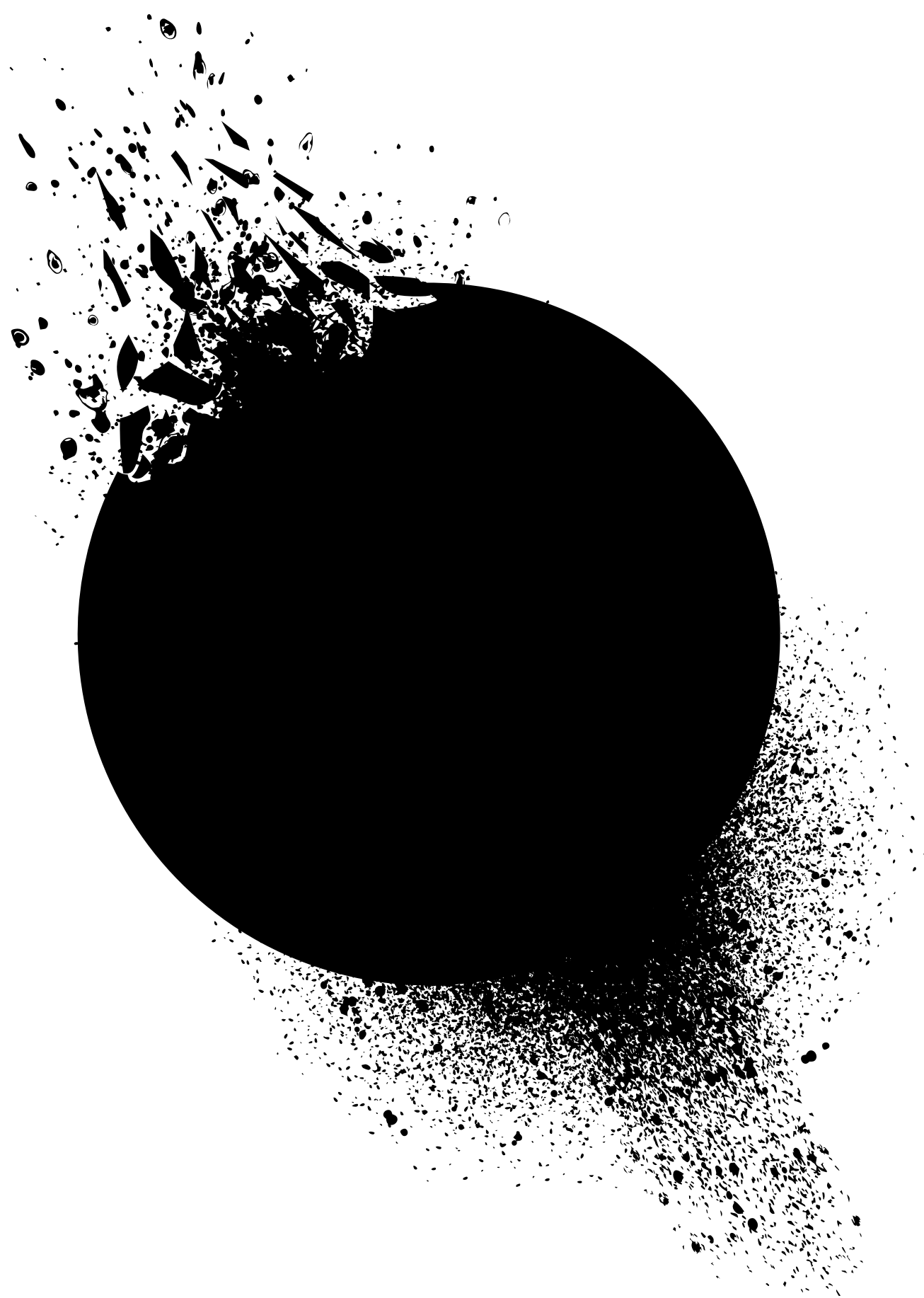
En México, según un análisis hecho a través del Instituto Nacional de Transparencia, un gran porcentaje de la tela que circula entra por vías ilegales, lo cual hace que no se pueda rastrear ni su composición exacta ni su procedencia. Con esto, los diseñadores locales no podemos comprobar las características, limitaciones ni mayores detalles de la tela que utilizamos para la fabricación de nuestros productos, lo que muchas veces orilla a mentirle al cliente acerca de la composición de las prendas y el lugar de donde proviene la tela si es que alguno de esos temas sale en la conversación.

Los gobiernos del mundo

Una de las maneras de evitar el greenwashing es la legislación: desafortunadamente, no hay un acuerdo generalizado entre países y algunos de los grandes conglomerados de marcas aprovechan la poca o nula legislación en países en vías de desarrollo para sacar provecho y utilizar insumos y proveedores de esos países.

Entonces, ¿qué hacemos como consumidores para evitar el greenwashing?

1. No creas todo lo que ves: identifica las marcas que lo hacen y alza la voz. Las redes sociales tienen un poder muy grande sobre las marcas y su branding, así que cualquier comentario tiene la posibilidad de ser tomado en cuenta.
2. Exigir a los gobiernos nuevas legislaciones y reglas para empresas maquiladoras. No importa en dónde vivas, exige a tus gobernantes que legislen a favor de los consumidores, no de las empresas.
3. Ser un consumidor responsable e identificar qué marcas realmente dicen la verdad, así como conocer más de sus procesos y prácticas. Compra, pero hazlo mejor informado.
4. Favorece siempre al mercado local: la huella de carbono de la producción contenida en tu región es infinitamente menor a la que acompaña a los productos importados.



dix·pa / *v.i.* 1 Del náhuatl sonar como algo que se revienta: *Lámâr imarejâlyo poxsan tajpalej, este dixpa iga motatzînaqui ipan lamârtên* [Las olas del mar tienen mucha fuerza, hasta suenan como algo que se revienta al chocar contra la playa]