



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA**  
**UNIDAD XOCHIMILCO**

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

**“APROPIACIÓN CULTURAL INDEBIDA: LOS BORDADOS DE SANTA MARÍA  
TLAHUITOLTEPEC”**

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
**LICENCIADO (A) EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

PRESENTAN:

**HAZEL JHOMARA BARRERA MENDOZA**

**JIMENA LÓPEZ PALOMINO**

**JOSEFINA VEGA GARCÍA**

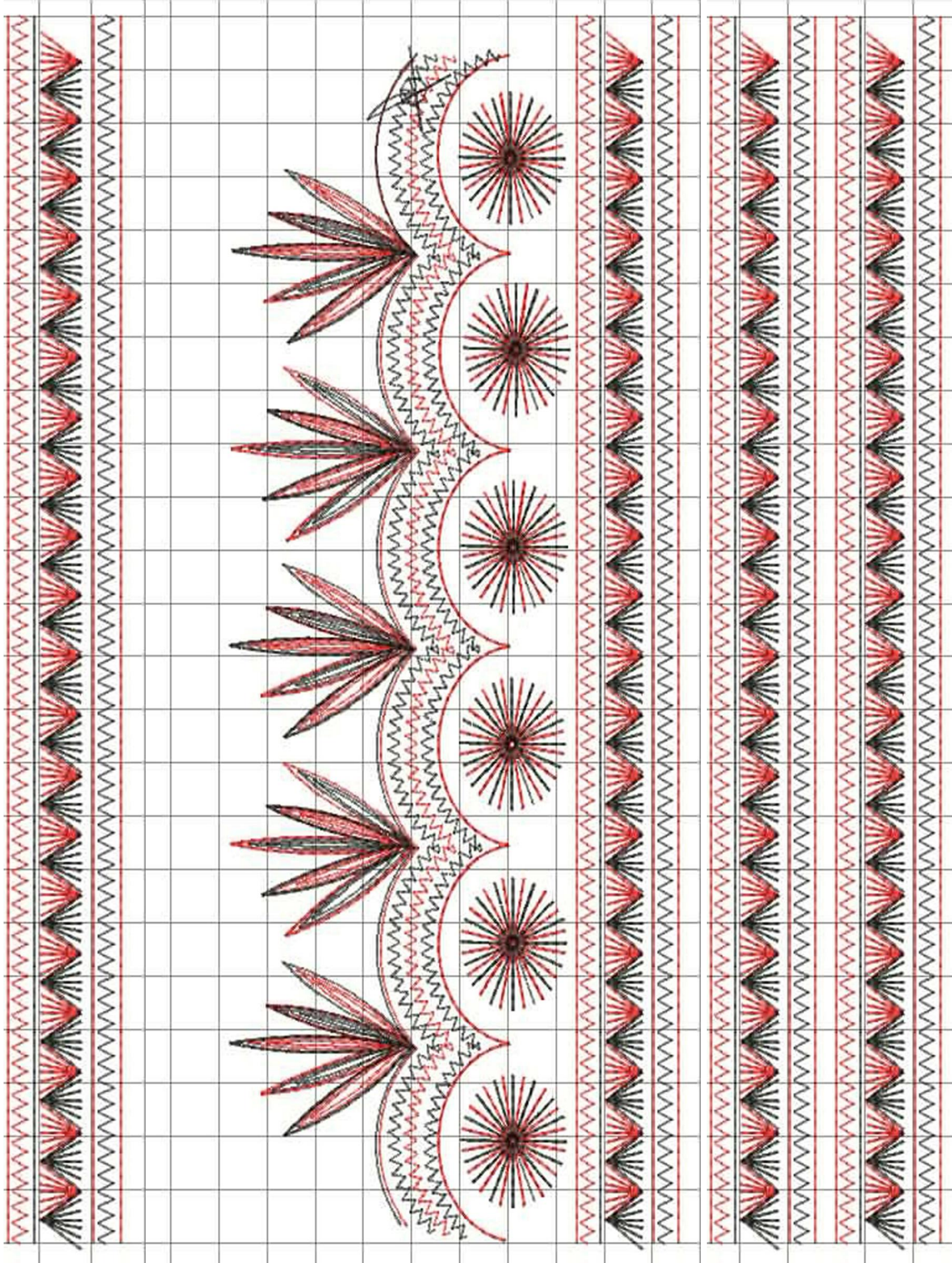
**TOMÁS LONGARES TABOADA**

ASESORES INTERNOS:

**DR. ENRIQUE QUIBRERA MATIENZO**

**MTRO. ALEJANDRO JUAN PINEDA**

Ciudad de México. Noviembre de 2019



## **Agradecimientos**

Sin duda alguna, el esfuerzo, dedicación y amor con el que hicimos este trabajo, estuvo inspirado en nuestras familias y todas aquellas personas que aportaron un granito de arena para cumplir esta meta. Por esta razón, queremos dedicarles las siguientes páginas a ustedes, cómplices y testigos del arduo labor y aprendizaje que dejamos impresos en esta tesis terminal.

*Hazel Jhomara Barrera Mendoza*

Llegó el día en el que por fin me doy cuenta de que todo valió la pena. Cada desvelo, cada frustración, cada lágrima y cada risa. Me llena de nostalgia haber llegado a este punto acompañada de las mejores personas que pueden existir, a quienes dedico esta tesis como una pequeña muestra de afecto y para decirles: gracias por siempre creer en mí.

Gracias a los mejores papás del mundo, Yolanda Mendoza Martínez y Francisco Antonio Barrera Rojano; y a mi hermana Jesi. Esta tesis es dedicada a ustedes, por su apoyo incondicional desde siempre, por estar para mí en todo momento y darme tanta confianza para seguir adelante. Son la mayor inspiración de mi vida, este momento llegó gracias a su gran esfuerzo y dedicación; hoy, ustedes también se gradúan conmigo. Gracias por haberme dado tanto desde hace veintidós años; los amo y admiro con todo mi corazón.

Infinitas gracias a mis profesores y asesores Enrique Quibrera Matienzo y Alejandro Juan, por estar con nosotros a cualquier hora y cualquier día, por apoyarnos y confiar en este proyecto desde el inicio. Fueron los mejores integrantes del equipo, deseo que sigan compartiendo con más generaciones tanto de la vida y de la comunicación; fue un gusto y un honor tenerlos como guías.

A mis amigas de toda la carrera: Alejandra, Alexandra y Regina. Porque con cada una compartí momentos importantes y me enseñaron las mejores cosas de la universidad, esas que nunca aprenderías en un salón de clases. Quédense conmigo siempre.

A los mejores compañeros de mi último año: Jimena, Josefina y Tomás. Gracias por el amor y dedicación puesta a este proyecto; nadie mejor que ustedes entienden la alegría y nostalgia que estoy sintiendo en estos momentos por saber que es el fin de una etapa, pero

el inicio del futuro brillante que nos espera. Los admiro y estoy más que orgullosa de ustedes y de lo que hemos logrado juntos.

Gracias a las personas que también ayudaron a hacer realidad este proyecto, por su hospitalidad en Oaxaca y Tlahui. Por confiar en nosotros y compartirnos tanto de su increíble cultura y conocimientos.

Y finalmente, gracias a la UAM Xochimilco. Por darme los mejores cuatro años dentro de sus edificios y jardines, por enamorarme tanto de la carrera y exigirme dar siempre lo mejor. Es un orgullo pertenecer a esta universidad, un orgullo ser pantera negra.

LOS LLEVARÉ SIEMPRE EN MI CORAZÓN A TODOS. ¡MUCHAS GRACIAS!

*Jimena López Palomino*

Después de más de un año de realizar este trabajo; después de todo el estrés, después de toda la frustración, después de todos los sentimientos encontrados, pero sobre todo después de toda la alegría y satisfacción quiero agradecerles a todas las personas que estuvieran presentes durante este proceso.

Quiero agradecerles a mis padres Bertha Palomino Villavicencio y Gustavo López Pardo, el pilar que he tenido toda mi vida. Son las personas más importantes para mí, las personas que no solo me dieron la vida, sino que gracias a su apoyo incondicional que me han brindado siempre, me he convertido en la persona que soy ahora. Por todo lo que han hecho por mí, por la educación que me han dado, por todos los viajes y experiencias que he vivido con ellos, por todas las oportunidades que han podido darme en la vida, pero sobre todo ... por ser un ejemplo para mí y por todo el amor que me han dado desde el primer día. Son las personas que más admiro y más amo, a las cuales quiero hacer sentir orgullosas toda mi vida y por esto, les dedico esta tesis a ellos.

A mis profesores Enrique Quibrera y Alejandro Juan Pineda, por todas sus enseñanzas, el conocimiento compartido con nosotros y el apoyo que nos proporcionaron durante este año.

A las personas que nos apoyaron con la investigación: Luis Felipe Sigüenza, Mane Arroyo, Sr. Oreste, Dra. Elena Yásnaya Gil, al profesor Federico, a Guillermo León, a Héctor Manuel Mancera, a la Dra María Luisa, a la Dra. Victoria Novello y a Carlos Sigüenza y a la Sra. Paulita.

A la persona que ha estado a mi lado en todos los momentos y humores de mi vida estos últimos tres años, Marcos. Gracias mi amor por ser un apoyo para mí, por hacerme sacarme una sonrisa en los momentos más difíciles y estresantes. Por aguantar mi mal humor, pero sobre todo por amarme como lo haces y por ser un novio tan bueno.

A mis hermanas del alma: Fernanda, Andrea y Ana Paula. Porque nuestras vidas ya están conectadas para siempre y porque nuestra amistad es hermosa y es de las mejores cosas que tengo en mi vida. Gracias por su apoyo incondicional siempre.

A mi segunda familia: Halel, Jessica, Luisa, Rodrigo, Marisa, Josefina y Ashley. Porque con ustedes he vivido de todo y por nuestra amistad, este año fue más fácil y sobre todo demasiado divertido. Los quiero infinito.

Y, por último, pero para nada menos importante, a mi equipo: Hazel, Tomás y Josefina. Sin ustedes no hubiera logrado materializar las ideas que tenía en mi cabeza. Gracias por ayudarme a cumplir con esta meta. Estoy muy orgullosa de nosotros y del trabajo que hemos realizado.

¡GRACIAS A TODOS!

*Tomás Longares Taboada*

Primero, agradezco a mi madre por todo su amor y apoyo que desde siempre han sido pilares que me mantienen firme y son, básicamente, la única razón por la cual yo sigo vivo. Madre, no tengo con qué pagar toda la confianza y cariño que has invertido en mí, eres y serás el único hogar al que siempre volveré, la única persona que me conoce y me entiende y la única persona a la que debo mi superación personal. Hemos perdido batallas, pero

siempre ganado las guerras, espero estés siempre orgullosa de mi como yo siempre lo voy a estar de ti. Te amo.

Quiero agradecer también, a una mujer que representa todo lo bueno e importante en mi vida, una segunda madre para mí, una mujer que sin pensarlo siempre me ha ayudado y cuidado como si fuera un hijo, mi tía Hortencia. Gracias por creer siempre en mí, tanto en los momentos buenos y malos, tu fe y amor son y serán el motor que me empuja hacia adelante. Esta tesis te la dedico a ti, así como tú dedicaste toda tu vida a ayudarme y cuidarme. De hijo a madre te digo que: siempre te amaré.

Igualmente le doy gracias a esa chica tierna y dulce que considero una hermana. Moni sabes lo mucho que te quiero y lo especial que eres para mí, gracias por siempre apoyarme y darme ánimos en este largo transcurso académico, y de igual manera gracias por alegrar mi vida con tu cariño y ocurrencias que alegran e iluminan mi vida. Te quiero mucho, prima.

Gracias a mi equipo de tesis, este largo y difícil camino sólo pude sobrellevarlo y terminarlo con personas como ustedes a mi lado, son las mejores, agradezco a Dios y a la vida el haber podido conocerlas. Admiro su inteligencia, capacidad, talento y energía positiva. Jos, Jime y Haz gracias por todo, fue un enorme placer y regocijo haber estado en este largo trayecto con ustedes.

Por último, y no menos importante, quiero dedicar esta tesis al único hombre que he amado en verdad, el hombre que me enseñó que el camino hacia el éxito está lleno de dificultades, y que sólo la perseverancia y el trabajo duro te llevarían a él. Gracias padre por tus enseñanzas y tu amor, donde quiera que estés sé que puedes verme y escucharme, espero te encuentres orgulloso mí tanto como yo lo estoy de ti, sé que algún día nos volveremos a encontrar y estaremos los tres juntos, como siempre solíamos estarlo. Te amo papá, gracias por seguir cuidando de mi mamá y de mí.

Ah, se me olvida un pequeño angelito de cuatro patas que un día llegó a iluminar mi vida y siempre ha estado ahí dándome su amor incondicional... canhijo Zeus, esto también es para ti.

*Josefina Vega García*

El escrito presente es el resultado de no solamente tres trimestres de esfuerzos y dedicación, sino de cuatro años llenos de trabajos y esperanzas, de experiencias y aprendizajes; pero en especial de personas que me acompañaron y abrieron a vivencias que me hicieron descubrir nuevas cosas de la vida y de mí misma. Es gracias a ellas que esté terminando con gusto y nostalgia una de las etapas que sin duda marcaron mi camino: la vida universitaria.

Las palabras son insuficientes para agradecer a mi madre y a mi padre por su apoyo en las desveladas, por su cariño en los tiempos difíciles, por sus consejos para alcanzar mis sueños. Agradezco que, a pesar de zarpar en mares diferentes, nos encontremos en el mismo océano; que crean en mí y en la persona que puedo llegar a ser. Los amo Josefina García y René Vega.

Gracias a mi hermano René y mi perro Chop quienes fueron mis motivadores y cargas de alegría; seres que me han visto crecer y que he visto crecer con mucho cariño y admiración. Al igual, agradezco a mi abuelo y abuela, a mis tíos y tías, a mis primos y primas, al recuerdo de familiares que ya no están aquí, por darme fuerza, persistencia y mucho amor ante las adversidades y los logros.

La universidad y su comunidad, gracias por recibirme con los brazos abiertos, por hacerme cuestionar lo que ya daba por hecho, por empujarme a siempre dar lo mejor, por enseñarme que cada error tiene su lado raramente hermoso, por motivarme a actuar y laborar en pro de una sociedad empática. Agradezco a la Universidad Autónoma Metropolitana Campus Xochimilco por enseñarnos que nuestros fallos y victorias están conectados con el de todos.

Quiero agradecer a las y los profesores de cada uno de mis trimestres por compartirme de su conocimiento, en especial para aquellos que nos empujaron a querer ser los mejores comunicólogos y personas que podamos ser; al igual, a mis compañeros por hacer de mis horas de clase unas enriquecedoras. También, un gracias infinito a la UAM X por presentarme a personas que nunca pensé se convertirían en amigos entrañables, amigos que cobijan mi alma y la llevan a conocer otros cosmos, es dichoso para mí poder ser parte de la historia de este grupo de personas que ya llamo familia.

Por último, agradezco a este trabajo final por sacar a la luz facetas que desconocía de mí, por darme risas y llantos, por llenarme de vida; pero más importante, por dejarme a verdaderos amigos y grandes compañeros. Jime, Tomás y Haz gracias por su tiempo y dedicación hacia nuestro proyecto, por nunca dejar de creer en el trabajo y en nosotros. Ustedes, este último año y la UAM-X siempre tendrán un lugar especial en mi corazón.



## Índice

Introducción	
<b>Capítulo 1. Más que solo moda.</b>	<b>6</b>
1.1 Ámbito cultural, social, económico y político en México.	9
1.2 Diseño textil indígena ¿Qué es?	12
1.2.1 Bordados y tradición.	13
1.2.2 Cultura mixe.	14
<b>Capítulo 2. Las voces del Zempoaltépetl</b>	<b>16</b>
2.1 Historia de la comunidad.	16
2.1.1 Vestimenta tradicional y su significado.	18
2.2 Cadena de valor y protección de los diseños textiles mixes.	24
<b>Capítulo 3. Moda y diseño: Creatividad a la venta</b>	<b>30</b>
3.1 Capitalismo cognitivo y privatización radical de la moda.	30
3.2 Acumulación por desposesión en el diseño textil indígena.	33
3.3 Moda como industria creativa.	37
<b>Capítulo 4. La moda sí incomoda: Propuestas y conclusiones</b>	<b>43</b>
4.1 Del Plagio de Isabel Marant a los pronunciamientos actuales	43
4.2 Políticas y lineamientos actuales	48
4.3 Propuestas	57
4.4 Conclusiones	63
Bibliografía	66
Anexos	

## Introducción

El diseño textil indígena es una expresión del mestizaje, tradiciones y cosmogonía de los pueblos indígenas que contiene siglos de historia y creatividad, convirtiéndose en un sello representativo de la cultura mexicana. Sin embargo, actualmente este trabajo artesanal se encuentra sin protección ni promoción por parte del Estado. Como consecuencia, la industria de la moda internacional regida por el modo productivo dominante, ha visto en estos diseños una oportunidad de innovación y crecimiento de mercado, dejando a un lado su significado cultural y desvalorizando la fuerza de trabajo.

Esta investigación tiene como objetivos generales analizar y evidenciar el vacío legal que existe en nuestro país en materia de protección hacia las culturas indígenas y sus múltiples representaciones, específicamente en el diseño textil; y finalmente, proponer soluciones legales y de carácter social para fomentar la preocupación y cuidado de las raíces de nuestra cultura e identidad.

Para alcanzar dichas metas y debido al acotado tiempo de realización de nuestra tesis terminal, decidimos elegir un estudio de caso específico que por sí solo demostrara la urgente necesidad de protección de la creatividad; la comunidad mixe de Santa María Tlahuitoltepec, que si bien no es la única que posee bordados tradicionales, sí se ha visto afectada por las nuevas modas y demandas del mercado internacional tras el plagio de su blusa por la diseñadora francesa Isabel Marant.

Nuestro trabajo se nutre de cuatro capítulos, con una metodología especializada para nuestro estudio de campo que consistió en entrevistas y observación participante a lo largo de los 9 días que visitamos la comunidad de Tlahuitoltepec. A lo largo de cada capítulo se demuestra la riqueza cultural que desbordan los diseños textiles mixes y lo importante que es para los pobladores y productores su reconocimiento y protección.

El primer apartado de esta investigación tiene como temas centrales a la moda como fenómeno y el diseño textil indígena. El primero está dividido en apartados conceptuales y ámbitos cultural, social, económico y político de México; el segundo, está compuesto por

definiciones del diseño indígena como arte y la importancia de las tradiciones y valor simbólico que lo envuelven.

Se menciona al vestido como una industria desde una visión económica, en donde el negocio de la moda genera ganancias mundiales de más de 278 mil millones de dólares estadounidenses al año y en el que México representa ni más ni menos que la mitad de las ventas en América Latina. Según el antropólogo José Carlos G. Aguiar, la moda es una actividad económica basada en la creatividad, innovación y novedad; desafortunadamente para algunos, México ha sido 'inspiración' importante para la industria de lujo a nivel internacional, o, mejor dicho, ha permitido el uso libre de la propia cultura para comercializar su identidad y estimular el mercado.

Por último, se explica brevemente a la cultura mixe, seleccionada para realizar el estudio de caso al ser foco de atención a nivel nacional y sobre todo internacional por su arte textil y por los plagios de algunas marcas de moda internacional que han sufrido, en donde la comunidad de Santa María Tlahuitoltepec no ha recibido reconocimiento alguno por este trabajo y por supuesto, ningún tipo de remuneración económica por parte de las empresas, provocando una pérdida de cultura y del significado que le otorgan a estos bordados.

Para hacer evidente esta riqueza cultural y creativa que alberga el bordado de Santa María Tlahuitoltepec, nuestro capítulo dos está escrito en su totalidad gracias a la colaboración con relatos y entrevistas de especialistas y personas originarias mixes. Inicia con una breve descripción del estado de Oaxaca, uno de los estados de la república con más diversidad cultural y en los que aún se conserva la indumentaria tradicional y donde es notable la persistencia de un estilo propio identitario de las distintas regiones y de cada uno de los grupos étnicos que la habitan.

Narramos la historia y origen de los *ayuukjä'äy* y del *Zempoaltépetl* desde la voz de sus habitantes originarios. Según relatos del profesor y escritor oaxaqueño Federico Villanueva, dentro de los pueblos del *Zempo*, Santa María Tlahuitoltepec, ubicado en la zona alta, es reconocido por el cultivo del intelecto y del espíritu, donde se organizan y dirigen actividades para el desarrollo de la música y la banda; la armonía y la belleza; la creatividad y la alegría.

Su economía está basada principalmente en la agricultura y hoy en día, en el comercio, la cría de ganado y la elaboración de artesanías, incluyendo el vestido y sus bordados. Estos últimos, han cobrado relevancia económica desde los últimos cincuenta años para convertirse en un ícono representativo de la zona.

Uno de los elementos más ricos en cultura y evolución de los pueblos indígenas es la vestimenta tradicional, misma que analizamos en el inciso complementario del primer apartado. Con entrevistas realizadas a especialistas como Luis Felipe Sigüenza y María Luisa Acevedo, logramos exponer las características tradicionales de las prendas ancestrales y su evolución. De acuerdo a las experiencias contadas por el bordador mixe Oreste Martínez, en el caso particular de Santa María Tlahuitoltepec, el diseño se vuelve exclusivo porque dentro de él se concentra toda la filosofía y cosmogonía del pueblo; en este caso se representa la madre naturaleza, la flora, la fauna y los servicios comunitarios; razones por las que se vuelve un símbolo de identidad como miembro de una comunidad singular que necesita protección de manera urgente.

La historia del mercado internacional de la indumentaria ha sufrido importantes transformaciones desde la creación y desarrollo de la máquina Singer, que, junto con la adaptación tecnológica y el mestizaje, ha modificado el tipo de valor otorgado a las prendas. Hasta antes del año 2015, el *valor de uso* dependía solamente del consumo local y festivo, pero después de que la marca francesa Isabel Marant plagiera la blusa tradicional de Santa María Tlahuitoltepec, el nuevo *valor de cambio* y el incremento en la demanda se hicieron evidentes.

En la época contemporánea, el conocimiento y la creatividad han adquirido un valor en el capital económico; en estas condiciones, y bajo los principios que rigen al sector económico y mercantil, el diseño textil indígena ha caído dentro de una tendencia economicista en cuanto a la generación de riqueza y su progresiva integración y disolución en el campo de las industrias creativas.

Posteriormente, el capítulo 3 se centra en el capitalismo cognitivo y la privatización radical de la moda, sistemas que buscan acumular valores añadidos vinculado al conocimiento o

capital humano individual; de acuerdo a Ramón Zallo, busca apropiarse de los bienes comunes de la cultura, contenida por ejemplo en el diseño textil, para su conversión en acumulación de valores económicos.

Esta privatización radical inmersa en el capitalismo cognitivo, trae como consecuencia el proceso de acumulación por desposesión de los bordados, tema que se explica en el apartado 3.2 de nuestra investigación, y que el autor David Harvey analiza como consecuencia de esta deshumanización de la cultura, en donde las prendas con bordados indígenas pasan a estar determinadas por su estimación estética y la ganancia efectiva, dejando a un lado el trabajo y creatividad humana. Según la teórica marxista Rosa Luxemburgo, se trata de una apropiación de su expresión cultural donde impera la explotación y engaño hacia las comunidades indígenas.

Las exigencias del sistema capitalista fueron alterando el lugar de los bordados indígenas en las relaciones sociales, en la definición de la identidad mexicana y de su propia identidad como objetos; convirtiéndose así en el insumo de una nueva industria de la moda. La industria creativa.

El tema de la *Moda como industria creativa*, explicado en el punto 3.3, se describe la evolución de términos *cultura* y *creatividad* que tienen origen desde el siglo XIX; desde la visión del antropólogo Edward Tylor, hasta la UNESCO. Ya que no fue hasta los 80 que organismos internacionales se interesaron por estas nuevas industrias. Actualmente, resulta de suma importancia reconocer el valor de la creatividad dentro de la economía de la moda como industria creativa, ya que a pesar de ser el insumo esencial que detona la cadena de valor, también ha dejado de ser un flujo que se regenera para convertirse en un recurso consumido gracias a la desigualdad social y falta de oportunidades.

Lo más preocupante es que las escasas políticas públicas preservadoras han llegado a destiempo a los procesos de negociación económico-cultural que los productores locales de cultura encaran con los actores externos; como es el caso de la blusa de Santa María Tlahuitoltepec y la firma Isabel Marant. La falta de una política nacional de cultura que

integre a las producciones de los grupos indígenas, con reglas claras y estables para su desarrollo sostenible, deja un futuro incierto para los que se dedican al trabajo creativo.

México siempre ha sido reconocido internacionalmente como un país de alta generación de cultura y arte con una diversidad amplia, pero debido al desarrollo tecnológico y la lógica del mercado internacional de la moda, los diseños textiles indígenas de nuestro país han resultado afectados. La falta de una política nacional de cultura que integre a las producciones de los grupos indígenas, con reglas claras y estables para su desarrollo sostenible, deja un futuro incierto para los que se dedican al trabajo creativo; por esta razón; el último capítulo de nuestra investigación lo dedicamos a explicar a detalle el plagio de la diseñadora francesa, a exponer los lineamientos legales en el tema cultural que rigen a nuestro país, así como las instituciones encargadas de “proteger” la creatividad de los indígenas mexicanos, y por último, compartimos una serie de propuestas para procurar los derechos indígenas sobre sus creaciones y fomentar en cada uno de nosotros el reconocimiento y valor de cada cultura de nuestro país.

Todo esto y más fue lo que, a lo largo de un año, motivó la realización de este estudio; con el ánimo de sensibilizar a la sociedad en su conjunto, y en particular a nuestras autoridades, de la necesidad de una mayor protección al trabajo indígena. Hemos sido avasallados por una economía ilegal; por una falta de aplicación efectiva de leyes, principalmente en las nuevas tecnologías donde se afectan los derechos de los autores; por una reforma fiscal que no responde a la naturaleza de su actividad creativa; y, sobre todo, por la falta de castigo a quienes explotan el trabajo sin autorización y pago alguno.

Nos hemos rezagado durante siglos en reconocer el valor económico y la riqueza espiritual de las expresiones plasmadas en las diversas representaciones textiles, hoy estamos obligados a reconocerlos en su justa dimensión procurando que sus descendientes disfruten del beneficio de su talento. Este trabajo nos invita a comenzar, aunque sea modesta y tardíamente, el pago de una deuda pendiente.

## Capítulo 1. Más que solo moda.

Desde tiempos antiguos, la vestimenta se ha constituido como una de las necesidades fundamentales del hombre; ya sea por su origen temporal o como un signo propio de convenciones de la sociedad.

Etimológicamente, *moda* tiene un origen francés, que hace referencia “al uso o costumbre que tiene una comunidad determinada en un momento concreto” (Ruiz, 2014: 27). Verónica Fiorini, especialista en diseño de la indumentaria, afirma que la moda no solo remite al vestido, también debe observarse como un instrumento ideológico, político, económico y social desde la Edad Media en adelante; ella identifica tres características indispensables que envuelven a la moda, que son:

- “Temporalidad: Una duración limitada ya que nunca se piensa en una moda o en una tendencia de consumo ilimitada en el tiempo. Por el contrario, los límites temporales se imponen como un imperativo.
- Cierta grado de opacidad: La aparente imprevisibilidad de estos fenómenos en el contexto industrial y sociocultural. Nuevos productos o hábitos de consumo parecen sorprender e irrumpir de modo sorpresivo en las prácticas de los consumidores, aun cuando esté institucionalizado el juego de la predicción de las tendencias de moda en esta práctica cultural.
- Diálogo mutuo: la moda influencia en su lógica otras prácticas culturales y otras esferas de la cultura configuran también sus lógicas y sus intereses” (Fiorini, 2015: 86).

Lipovetsky se refería a la moda “como un proceso excepcional, inseparable del nacimiento y desarrollo del mundo moderno occidental” (Lipovetsky, 1987: 23), que se transforma a la par que la sociedad y ante todo, “un dispositivo social caracterizado por una temporalidad particularmente breve, por virajes más o menos antojadizos, pudiendo afectar a muy diversos ámbitos de la vida colectiva” (ibidem: 24).

Desde hace muchos años, las prendas están asociadas al carácter efímero de la moda; según Nicola Squicciarino, “las manifestaciones de las modas están caracterizadas por la

breve duración de la estación a la que están unidas; llevan implícitas la capacidad de saber retirarse, de la apertura a lo nuevo y a la multiplicidad” (Yanina, 2005: 9).

El fenómeno de la moda, que condiciona los comportamientos de los individuos y se ve afectado por los cambios económicos, políticos y de relaciones personales, ocupa cada vez un mayor protagonismo social, económico, político, cultural y mediático, “podrá ser criticado, pero, en nuestro tiempo, no puede ser ignorado su valor como industria ni como influyente sistema cultural” (Eguizábal, 2008: 8). Es una producción simbólica y cultural, y debe ser vista desde la sociedad.

La moda es más que la ropa que se usa. También forma parte de la producción y circulación de bienes como una industria pensada, diseñada e impuesta en el mercado por un sector empresarial. “El mismo sistema de producción y, sobre todo, de distribución capitalistas exige una moda adoptada por las masas” (De Andrés, 2008: 139). En la cadena de circulación y distribución, los individuos adquieren la vestimenta respondiendo en algunos casos a sus preferencias y en otros a sus necesidades, lo que la acerca a la lógica de la Industria Cultural<sup>1</sup> como lo pensaban Adorno y Horkheimer.

Se puede decir entonces, que la moda se encuentra en el centro de disposiciones que Bourdieu denomina habitus, esto es, “esquemas de percepción, apreciación y acción” (Bourdieu, 1999: 209), ya que se trata de un sistema donde las personas de un entorno social homogéneo suelen compartir estilos de vida parecidos. También podría decirse que la moda se inscribe en el habitus porque forma parte de la estructura social como industria y como medio de distinción de clase. Enfatiza que existe una violencia simbólica generada por una imposición indirecta de la sociedad entre dominadores y dominados en la indumentaria; para el caso, “los primeros establecen qué debe usarse y qué se considera de buen gusto y los segundos aceptan esas categorías de una manera inconsciente, usando la ropa que el mercado impone” (Bourdieu, 1999: 210)

---

<sup>1</sup> “Desplazamiento general hacia la mercantilización de los productos culturales y a la alienación del productor cultural como trabajador asalariado dentro de grandes corporaciones crecientemente concentradas” (Bustamante, 2011: 25).



De acuerdo con Foucault, el poder circula en la moda por todas partes configurándose a partir de las distintas relaciones que se establecen. Las personas eligen qué vestir de acuerdo a sus gustos, o incluso, a lo que la temporada exija. En esa elección inducida por el mercado, el individuo elige desde su gusto personal y eso le termina brindando cierto goce por el cual cede a cualquier código de imposición. “Lo que hace que el poder agarre, que se le acepte, es simplemente que no pesa solamente como una fuerza que dice no, sino que de hecho la atraviesa, produce cosas, induce placer, forma saber, produce discursos” (Foucault, 2005: 46).

La industria de la moda crea diseños y estilos transformándolos en bienes culturales cargados de sentido, en una apuesta al futuro sobre si va a ser tendencia; según Bourdieu, “para que un campo funcione es necesario que haya gente dispuesta a jugar el juego, que esté dotada de los habitus que implican el conocimiento y reconocimiento de las leyes inmanentes al juego” (Bourdieu, 1999). Sostiene que hablar de consumo cultural equivale a decir que hay una economía de los bienes culturales, que en un momento dado del tiempo son considerados como obra de arte. Esto lo podemos aplicar al concepto de creación de moda, donde puede observarse cómo la indumentaria, más que tener un carácter utilitario, expresa determinados estilos de vida que manifiestan un contenido definido a partir de su expresión. “El traje es un medio de comunicación y un medio de clasificación. Y de acuerdo con esto último, el vestido es útil para controlarnos los unos a los otros. En pocas palabras podemos decir que el vestido esclaviza al hombre” (Rivière, 1977: 11).

Al igual, Victoria Nannini afirma que la moda genera placer al hacer creer a los individuos que tienen libre elección sobre lo que compran, que pueden acceder a un determinado estilo de vida; sin embargo, es un acto que los obliga a consumir cada vez más. “El carácter efímero de la indumentaria está condicionado por la lógica misma del sistema capitalista: crear necesidades de consumo social para que la industria pueda expandirse” (Ruiz, 2014: 34).

También surge la necesidad de plantear a la vestimenta como signo. Cuando anteriormente se estableció que la moda es aquello que cambia constantemente, se estaba acentuando la idea de que “la moda mantiene en constante mutación las formas sociales, los vestidos,

las valoraciones estéticas, en suma, todo el estilo que usa el hombre para expresarse” (Simmel, 2008). Así, “por un lado la indumentaria estaba sometida a un código por entero convencional, pero, por otro lado, dicho código remite a un orden natural, o mejor aún: divino. Cambiar de ropa era al mismo tiempo cambiar de ser y de clase” (Barthes, 2003: 403).

No obstante, el mismo Barthes especifica que “la moda descansa en un sentimiento violento del tiempo” (ibidem: 49), siendo aquello que cambia permanentemente y que adquiere un carácter de industria al parecer infinita pero que opera de manera cíclica.

### 1.1 Ámbito económico, cultural, social y político en México.

Más allá de los estereotipos sobre la moda y los bienes de lujo como algo superficial o carente de significado por su temporalidad o elitismo, estas industrias definen estándares de belleza, estilo y gusto, patrones de lo socialmente aceptable y deseable. “El negocio de la moda genera ganancias mundiales de más de 278 mil millones de dólares estadounidenses al año. Más aún, las ventas de las marcas exclusivas, tanto de ropa como accesorios, se han quintuplicado desde 2008. En este negocio multimillonario, México es un importante mercado: el país representa ni más ni menos que la mitad de las ventas en América Latina” (G. Aguiar, 2016).

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), en el año 2014, el vestido fue la actividad económica más importante del segmento, en tanto representó el 51% del total de unidades económicas dedicadas a la moda; ocupó al 53.7% del personal ocupado en el mismo sector, y generó el 42% de la producción en ese año base (Tabla 1).

Tabla 1. Industrias manufacturas de la moda.

**Industrias manufacturas de la moda**  
**Porcentajes respecto a las Industrias manufacturas de la moda**

Código SCIAN	Denominación	Unidades económicas	Personal ocupado	Producción bruta
	<b>Industria de la moda (Manufacturas)</b>	100.0	100.0	100.0
	<b>Textil</b>	24.7	17.8	27.9
3131	Preparación e hilado de fibras textiles, y fabricación de hilos	23.1	7.2	6.2
3132	Fabricación de telas	1.2	7.9	17.0
3133	Acabado de productos textiles y fabricación de telas recubiertas	0.4	2.7	4.7
	<b>Vestido</b>	51.1	53.7	42.1
3141	Confección de alfombras, blancos y similares	3.8	2.6	0.0
3151	Fabricación de prendas de vestir de tejido de punto	3.1	5.3	5.3
3152	Confección de prendas de vestir	42.2	44.9	36.3
3159	Confección de accesorios de vestir y otras prendas de vestir no clasificados en otra parte	1.9	0.9	0.6
	<b>Cuero-Calzado</b>	17.8	26.0	28.7
3161	Curtido y acabado de cuero y piel	1.7	3.4	7.3
3162	Fabricación de calzado	12.0	20.4	19.9
3169	Fabricación de otros productos de cuero, piel y materiales sucedáneos	4.1	2.2	1.5
	<b>Joyería</b>	6.4	2.5	1.3
339912	Orfebrería y joyería de metales y piedras preciosos	2.5	1.3	1.0
339913	Joyería de metales y piedras no preciosos y de otros materiales	3.5	0.9	0.2
339914	Metalistería de metales no preciosos	0.5	0.3	0.1

Fuente: INEGI. Censos Económicos 2014.

En la industria del vestido, por su parte, la confección de prendas de vestir es la actividad que más producción bruta arroja al sector, con 36.3 puntos del global registrado. El segundo rubro, fabricación de prendas de tejido de punto, arroja un lejano 5.3% en el mismo indicador.

Los datos anteriores, no obstante, son sólo un lado de la moneda. Según el antropólogo José Carlos G. Aguiar, a pesar de que México no cuenta con una industria de la moda propiamente dicha, ésta sí ha sido y es ‘inspiración’ importante para la industria de lujo a nivel internacional. En la antropología, a esta “inspiración” y uso libre de la cultura de los otros, se le llama apropiación cultural, término que en el capítulo 3 será explicado a detalle, Si en este contexto se adiciona el proceso de globalización, pueden entenderse las bases de la colonización de la cultura de pueblos exóticos, con el propósito de comercializar su identidad y estimular así el mercado. Por lo menos durante los últimos diez años, México ha sido una constante fuente de inspiración para marcas y diseñadores mundiales. “Las culturas indígenas, muchas veces ignoradas o despreciadas por las élites mexicanas, se

perfilan hoy en día como recursos altamente comerciales para la elaboración de diseños y tendencias.” (G. Aguiar, 2017).

De acuerdo con la Organización Impacto<sup>2</sup>, ocho marcas de ropa se han apropiado de los diseños de comunidades indígenas mexicanas entre 2012 y 2017. “El primer registro de plagio ocurrió con la marca Mara Hoffman y los tenangos de Doria, Hidalgo, en 2012, [...] y desde entonces, empresas como Rapsodia, Zara, Intropia, Mango y Pineda Covalín han continuado con estas apropiaciones.” (*Impacto*).

El usufructo señalado se adiciona a la problemática que agobia a las artesanías en nuestro país, que se argumenta dos situaciones de relevancia: “el primero es que las artesanías expresan la riqueza cultural de nuestro país; el segundo, que caracterizan la utilidad y belleza de los elementos que tradicionalmente usamos. Dichas características, podrían perderse si no fomentamos esta actividad [...] y que las actividades de los artesanos se profesionalicen, mejoren, innoven” (Sales, 2013: 31). Tal promoción se dificulta porque en pleno siglo XXI, el sector artesanal carece tanto de una sustentabilidad económica, de un registro donde se contabilice el número de personas dedicadas a la actividad artesanal, como de políticas públicas que protejan la creatividad de las comunidades y fomenten el comercio justo nacional; “si bien hay algunos mecanismos de reconocimiento, como los concursos artesanales y los programas privados, así como el [...] trabajo del Fonart [...], éstos no han sido suficientes para paliar la situación” (ibidem: 33).

La segunda situación relevante se refiere a la significación social. De acuerdo con José Carlos Aguiar, históricamente, los sectores dominantes y más poderosos del país han preferido “la moda europea” sobre “lo mexicano” y los textiles de nuestro país han sido y siguen siendo percibidas y evaluadas como una expresión de las culturas indígenas que deberían estar en un museo, o bien se les aprecia en lo general como la vestimenta que utilizan las clases populares y la población indígena. Estas actitudes racistas y clasistas vienen desde la época colonial, lo que ha llevado a que hoy en día pensemos que lo extranjero es mejor que lo que se produce en nuestro país y por los pueblos originarios,

---

<sup>2</sup> Proyecto civil enfocado al trabajo con comunidades indígenas y/o vulnerables; sus primeros esfuerzos están dedicados al fortalecimiento de los sectores textil artesanal y la producción de café, utilizando los principios de la empresa social y la cadena de valor para generar autonomía económica.

provocando que nos vistamos con marcas extranjeras por el desprecio de nuestra propia cultura. Es urgente y necesario saber cuántos artesanos existen y laboran y las características de su producción, con el objetivo de diseñar políticas públicas adecuadas y acordes con las ramas de producción, su problemática específica y las estrategias de atención. También es fundamental evaluar el patrimonio artesanal en riesgo y reforzar los aspectos históricos patrimoniales.

## 1.2 Diseño textil indígena ¿Qué es?

En 1588, el Oxford English Dictionary definió por primera vez al diseño como un dibujo que sirve de modelo para su realización, a una idea que es plasmada gráficamente. “El diseño es esencia, instante sublime, construcción de imagen realizada a través de un filtro estético y poético que va más allá de su simple descripción. [...] Todo diseño es una actividad que consiste en dar expresión a una forma concebida inmaterialmente” (Doria, 2015: 72).

De acuerdo a Laura Quiroz, el diseño ha sido desarrollado por el ser humano como respuesta a sus necesidades tanto materiales como espirituales. A través de la historia, cada cultura ha impuesto una manera distintiva de adaptar la materia prima, la tecnología y las formas para crear objetos con diseños únicos. Los objetos producidos por los grupos humanos han funcionado para reflejar la identidad, cultura y tradiciones de sus productores; por ejemplo, el vestido diferencia grupos dentro de una sociedad: por su pertenencia a una cultura y por su nivel económico o simbólico. Respecto a esto, las especialistas en diseño Iliana Marcelaño y Silvia Ariza aseguran que los textiles han sido testigos de los cambios sociales y culturales de los pueblos y que en ellos podemos observar la historia y tecnología que los ha acompañado en su proceso de civilización.

“El diseño textil indígena posee una amplia diversidad de tradiciones, costumbres, mestizajes y cosmogonías, México es reconocido como uno de los principales países con una hermosa producción artística en el mundo textil” (Castañeda, 2016). Nuestro país está repleto de artistas textiles, tejedoras y bordadoras que se han encargado no sólo de immortalizar las técnicas y simbolismos de nuestros antepasados en los procesos tradicionales, también de crear verdaderas obras de arte. En palabras del Museo de Arte

Popular de la Ciudad de México, son “manos milagrosas que convierten necesidades y miedos en espíritu, obras de arte popular surgidas de la biodiversidad que conforma su hábitat natural” (idem).

### 1.2.1 Bordados y tradición.

La región mesoamericana posee técnicas únicas de manufactura que, además, son elementos que consignan la historia, la tradición y la identidad de muchas generaciones. La función del tejido a través del diseño y del estampado es decorar las telas para embellecerlas, y el propósito de esta decoración tuvo como origen manifestar las creencias de los pueblos originarios de dicha región.

“Un bordado está compuesto de diversas puntadas que al unirse unas con otras forman diseños florales, geométricos y decorativos de diversos materiales como algodón, seda, oro y plata [...]. Los motivos que se plasman en la indumentaria son una representación cultural que se deriva del mundo animal, vegetal y de los fenómenos naturales que los rodean” (Quiroz, 2012: 41).

Los bordados juegan un papel trascendental como elementos culturales y por su función de preservar la cosmovisión de los pueblos, ya que expresan una espiritualidad que les permite conservar su tradición, sus creencias, ritos y cultura; por ejemplo, mediante el diseño textil se identifican unos de otros. Así entendidos, los tejidos<sup>3</sup>, y especialmente los tejidos textiles, son más que artefactos de protección, son considerados como objetos identificadores y su importancia radica en los saberes que se encuentran plasmados en ellos” (Marceleño y Ariza, 2017: 182).

La identidad de los bordados contribuye tanto a particularizar a cada uno de los integrantes de un grupo como a diferenciar una cultura de la otra. “[...] la moda reconcilia al individuo con lo colectivo al permitirle asentar sus gustos personales en un grupo social determinado” (Bonafina, 2015: 43).

---

<sup>3</sup> A pesar de que algunos autores, como Marcelleño y Ariza, lo denominan “tejido”, para fines de nuestra tesis utilizaremos el término “bordado”, por ser la acción de adornar una tela, ensartando hilo en ella con ayuda de una aguja, con cualquier diseño imaginable.

De acuerdo con el catálogo actualizado del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), se reconocen dieciséis tipos de bordado divididos en diez regiones a nivel nacional, como se aprecia en la tabla dos incluida como anexo.

### 1.2.2 Cultura mixe.

Según información de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, los mixes se autodenominan *Ayuukjä'äy*, palabra compuesta por los morfemas: *a*= idioma, palabra; *yuuk*= montaña, florido; y *yä'äy*= gente, muchedumbre. Por ello, el significado del nombre de la comunidad y su lengua es “gente del idioma florido de la montaña”. De acuerdo a su tradición oral, la palabra *mixes* proviene de combinar al vocablo *mixy* (hombre) y el plural *es*; también se cree que la transformación oral del término original a la palabra *mixe*, se debió a la dificultad de los españoles de pronunciar el vocablo original.

Su asentamiento territorial abarca una superficie de 4668.55 km<sup>2</sup> en el noreste del estado de Oaxaca, colinda al noroeste con los ex-districtos de Villa Alta, al norte con Santiago Choapam y con el estado de Veracruz; al sur con Yautepec de Zaragoza; y al sureste con Juchitán de Zaragoza y Santo Domingo Tehuantepec. La región tiene en total 19 municipios: la zona alta está integrada por Santa María Tlahuitoltepec, San Pedro y San Pablo Ayutla, Asunción Cacalotepec, Santa María Tepantlali, Santo Domingo Tepuxtepec, Totontepec Villa de Morelos, Tamazulapan del Progreso y Mixistlán de la Reforma; la zona media por Santo Tomás Ocotepec, Santiago Atitlán, Santa María Alotepec, Juquila Mixes Camotlán, Santa María Zacatepec, San Juan Cotzocón, San Miguel Quetzaltepec, y Santiago Ixcuintepec; y la zona baja por Mazatlán Villa de Flores y San Juan Guichicovi.

En los últimos años la comunidad mixe, como muchas otras del país, ha sido foco de atención a nivel nacional y sobre todo internacional por su arte textil, el cual “en realidad es muy simple, pero es precisamente esta sencillez la que lo convierte en un tipo de bordado muy elegante. Únicamente se usan dos colores: negro y rojo, utilizando, según la bordadora, ligeros matices hacia el vino y el púrpura. Existe una simbología muy rígida en la comunidad en cuanto al color y, a diferencia de otras comunidades, las bordadoras trabajan solas en sus casas” (Romero, 2017: 122).

Gracias a los colores y originalidad que se utilizan en los bordados, algunas marcas de moda internacional, como la marca francesa Isabel Marant, han plagiado los bordados para utilizarlos en sus colecciones y adjudicarse la autoría de estos. En tanto, la comunidad mixe no ha recibido reconocimiento alguno por este trabajo y por supuesto, ningún tipo de remuneración económica por parte de las marcas; ello provoca desde luego una pérdida de su cultura y del significado que se les otorga a estos bordados.

El fenómeno anterior puede caracterizarse como una fase del proceso económico designado como acumulación por desposesión, mismo que aquí se articula y concreta en el caso del diseño textil indígena. Para analizar esta racionalidad, tomamos como caso de estudio el bordado mixe de Santa María Tlahuitoltepec. Nuestro estudio se ha desarrollado con base en el análisis e interpretación tanto de información documental sobre el tema, como de aquella obtenida en el trabajo de campo ad hoc, en el cual se incluyen entrevistas y testimonios a y de bordadoras originarias. A la vez, se ha recurrido a especialistas para obtener información sobre el valor simbólico y cultural de estos trabajos artesanales. Este primer análisis de nuestro tema se expone en el siguiente capítulo.



## Capítulo 2. Las voces del Zempoaltépetl

Oaxaca, con sus siete regiones demográficas<sup>4</sup> y quince grupos étnicos identificados, es uno de los estados de la república de mayor diversidad cultural y en los que aún se conserva la indumentaria tradicional; esto no significa que la manera de vestir de las comunidades no muestre cambios a lo largo de los años, pero sí es notable la persistencia de un estilo propio identitario de las distintas regiones y de cada uno de los grupos étnicos que la habitan. “Tal vez fue precisamente su constitución orográfica lo que permitió que numerosos pueblos encontraran refugio en diversos rincones del estado [...]; sin embargo, la conquista y la colonización españolas y más tarde la interrelación con otros pueblos culturalmente distintos, introdujeron elementos que influyeron en la transformación de la vestimenta local” (Acevedo, s.f.: 11).

Varios son los pueblos en los que los mixes conservan su traje tradicional, sobre todo las mujeres. Esto sucede en Santa María Tlahuitoltepec, que a pesar de no ser la única comunidad ni la de traje más milenario, sí ha sido foco de atención desde que en el año 2015 la diseñadora Isabel Marant robó los diseños textiles para comercializarlos bajo su firma en tiendas internacionales. Desde entonces, otras comunidades indígenas del estado y del resto del país, han reclamado al gobierno federal y organizaciones internacionales una defensa y reconocimiento a la tradición milenaria de sus bordados y a la cosmovisión que los representa.

### 2.1 Historia de la comunidad.

Los *ayuukjä'äy* o mixes se asientan en el cerro del Zempoaltépetl o “Veinte Cumbres”, montaña sagrada y casa del Señor Kontoy<sup>5</sup>, que se localiza a 3,347 metros sobre el nivel del mar. “Alrededor del *Zempo* se esparcen aproximadamente 150 pueblos mixes, unos a 2,500m de altura y otros a solo 250” (Villanueva, 2018: 17). Cada año, las autoridades de los *ayuukjä'äy* van al Zempoaltépetl, llamado también Casa del Trueno, la Cueva, o el Cerro

---

<sup>4</sup> Mixteca, Cañada, Papaloapan, Sierra, Istmo, Valles Centrales y Costa. (C. Sigüenza, comunicación personal, 4 de febrero de 2019).

<sup>5</sup> Padre y gran señor de todos los habitantes mixes.

de la Cruz, a pedir guía y apoyo para su pueblo. “La montaña es la casa de *Konk Anna*, Señor del Rayo, y en el campo vive *Konk Käm’äm*, Señor del Campo. Ellos, junto a *Konk Jëtsuk*, Señor del Trueno, protegen y guían el camino” (Villanueva, 2018: 10).

Por la diversidad de climas y alturas, la Región Mixe se divide en tres zonas: Alta, Media y Baja; mismas que se representan en su bandera: de color verde la zona alta por las montañas y vegetación, la zona media color guinda por el cultivo de café, y la zona baja representada de color amarillo por la productividad y fertilidad de las tierras.

Para tener un panorama más amplio y fiel a las creencias mixes, realizamos entrevistas a especialistas y personas oriundas de Oaxaca; una de ellas tuvo como participante a Carlos Sigüenza (2019), hotelero y activista mixe conocedor de su propia cultura. Él nos contó sobre el simbolismo del escudo de su bandera, el cual está conformado por una figura oval, un huevo, ya que, según la leyenda, “el rey legendario [...] Kontoy, nació del huevo de una serpiente en una cueva ubicada en el cerro del Zempoaltépetl; y al mismo tiempo nació Tahu, su hermana, en forma de serpiente. Entonces el símbolo del escudo, contiene la dualidad [...] del bien y del mal” (comunicación personal). La figura de Kontoy abraza un arco y cinco flechas que representan los siglos de dominación española. Finalmente, el escudo tiene al fondo, atrás de la figura que representa a la montaña del Zempoaltépetl, un sol y unos rayos; “el sol que confirma la jerarquía de Kontoy como rey, y los rayos que nos recuerdan a nuestras divinidades naturales y donde puede leerse ‘jamás conquistados’” (idem).

Algunos de los cultivos más importantes de la región son: el maíz pinto, amarillo y blanco; chile verde, pasilla, canario; jitomate, tomate criollo, miltomate; frijol y haba. Y de ellos crean sus platillos tradicionales, como las memelitas y machucadito<sup>6</sup>, caldo de chile y enfrijoladas, tamal de amarillo y de elote, entre otros. Las bebidas tradicionales de la zona mixe, el pulque y el mezcal, se venden en pequeños puestos o rancherías, y tienen un valor más ceremonial que de consumo común, ya que su ingesta se considera un acto significativo de respeto que se complementa al tirar algunas unas gotas al suelo como súplica al universo y la naturaleza para que traigan prosperidad. Los *ayuukjä’äy* cuidan y veneran su territorio;

---

<sup>6</sup> Platillo tradicional de la Zona Alta a base de maíz, salsa de chile y pepita, que se cocina el primer día de agosto para honrar al Señor Hambre, al cierre de fiestas y para recibir a invitados especiales.

según sus creencias, el Señor del Campo no consiente que abandonen sus tierras. “*Konk Käm’äm* no quiere que nos mostremos poco dispuestos al trabajo [...]. No acepta que con los brazos cruzados esperemos a que alguien nos traiga ayuda o a que llegue el momento en que recibamos apoyo” (Villanueva, 2018: 30); esto puede explicar la firmeza con la que la comunidad lucha por conservar su palabra, festividades, gastronomía y vestimenta milenaria, “porque entre los mixes el ombligo es el origen, el ombligo es lo que sostiene y a lo que se regresa en tiempo de dificultad. Si se pierde o, peor aún, se vende ¿qué queda de uno?” (ibidem: 9-10).

Ellos se conciben a sí mismos como respetuosos de sus tradiciones e historia, pero al paso de las intervenciones extranjeras “han dado muestras numerosas de su capacidad para adoptar elementos de otras culturas” (Acevedo, s.f.: 18). No obstante, y a pesar de su reconocida capacidad de adaptación, es necesario atender su desarrollo económico y social para encontrar formas de erradicar sus carencias en infraestructura y comunicaciones, apoyar su desenvolvimiento y salvaguardar la identidad y cultura del pueblo milenario “jamás conquistado”.

Dentro de los pueblos del Zempoaltépetl, Santa María Tlahuitoltepec, ubicado en la zona alta, es reconocido por el “cultivo del intelecto y del espíritu, donde se organizan y dirigen actividades para el desarrollo de la música y la banda; la armonía y la belleza; la creatividad y la alegría” (Villanueva, 2018: 24). Su economía está basada principalmente en la agricultura y, hoy en día, en el comercio, la cría de ganado y la elaboración de artesanías, incluyendo el vestido y sus bordados, son un elemento importante para el sustento de la comunidad. Estos últimos, han cobrado relevancia económica durante los últimos cincuenta años, para convertirse en un ícono representativo de la zona.

### 2.1.1 Vestimenta tradicional y su significado.

Una de las expresiones más claras de la enorme variedad de manifestaciones culturales, la constituyen el vestido y el adorno. En el diseño textil, el estilo se crea cuando una determinada expresión arraiga en el uso de la gente que se siente identificada con él, signo que se presenta ante otras sociedades y se hace reconocer; la Dra. María Luisa Acevedo

Conde (2019), encargada del despacho de los asuntos de la Presidencia Municipal de Oaxaca, y consejera Editorial de la revista oaxaqueña *Acontragolpe*, afirma que “ahí es donde radica el valor de todas estas expresiones, por venir de una tradición [...] centenaria, razón por la que deben ser respetados y valorados” (comunicación personal).

Esta valoración debe reconocerse ante cualquier expresión de la cultura, ya que todos tienen tanto un “valor interno para la propia comunidad, como un valor cultural de los seres humanos de todo el mundo” (idem), esto nos habla de la posibilidad de recrear riqueza estética a partir de la continuidad del rasgo cultural. En el caso específico del diseño textil, generalmente “la gente empieza bordando los elementos de su entorno físico: soles, lunas, ciertas plantas, algunas hojas y flores que son tradicionales dentro de la región, para después crear [...] una especie de elaboración cultural que va interpretando estéticamente lo que se observa” (idem). De este modo, ya no se borda una hoja, sino la inspiración e interpretación del objeto en el bordado de cada comunidad, con diferentes grados de sensibilidad del acervo cultural y expresado de una manera bella para el reconocimiento de la gente que comparte o no, la misma cultura.

Uno de los aspectos más notables del vestido usado por los indígenas es su colorido. Hay quienes opinan que los colores brillantes y las combinaciones encontradas son característicos de los indígenas, pero uno puede darse cuenta fácilmente que también forman parte del gusto de algunos grupos no necesariamente indígenas, lo que indica que en tal crítica existe cierto grado de prejuicio. Lo que es cierto y vale la pena destacar, es que entre los grupos indígenas mesoamericanos existe un sentido altamente simbólico del color que fundamenta su uso y combinación no solo con sentido estético, sino también con un profundo sentido religioso: “el azul, por ejemplo, está relacionado con los dioses del agua; el amarillo y el rojo con las deidades solares y el negro con los seres del inframundo” (Acevedo, s.f: 13); esto implica, que los colores tengan un significado basado en una visión del mundo y de la vida que es peculiar a las culturas del horizonte civilizatorio mesoamericano.

Esta combinación y uso peculiar de los colores depende, además, del ámbito en el que se vive, es decir, las tonalidades y matices que alberga la naturaleza inspiran a quienes están en estrecho contacto con ella. La luminosidad del ambiente natural de los pueblos de

Oaxaca hace lucir más intensos a todos los colores “y logra percibirse un espectro cromático distinto al que puede ser observado en otros puntos del planeta” (idem); además, la naturaleza misma provee a los pueblos de ciertos tintes: “en Oaxaca se usan el añil, el muhle, el zacatlaxcalli, el cocolmecha y el achiote y muchos tintes de origen animal, principalmente la cochinilla, que da color carmín y el caracol que produce un violeta púrpura, así como colorantes de origen mineral como el almagre y el ocre” (idem).

Luis Felipe Sigüenza (2019), presidente de la Comisión de Turismo Cultural y Religioso de la Confederación de Cámaras de Comercio, Servicios y Turismo de la República Mexicana, y escritor de distintas revistas culturales oaxaqueñas, nos habló de algunas prendas tradicionales mixes. Nos dijo que, En Mixistlán de la Reforma, por ejemplo, el huipil está teñido con las plantas que se dan en el Zempoaltépetl y está tejido en telar de cintura. Estos trajes están hechos en telares, en algodón blanco y con colores naturales como el añil y la grana cochinilla; “para lograr ciertas tonalidades en las prendas, necesitan darle color a las mantas con una infusión de hierbas que tiñen siete veces, es decir, siete años, para que después de un siglo, el color se oxide y sea el ideal” (comunicación personal).

Otros complementos importantes de cualquier traje tradicional son la falda, que comúnmente “se usa sobre la blusa junto con una faja de petate de palma tejida unida al final con bordados en telar de cintura [...] de fondo blanco con motivos en rojo y orilla verde con amarillo” (Acevedo, 2019); y el rebozo, que, aunque su manufactura cada vez sea más industrial, sigue siendo un referente originario de las comunidades indígenas. Ahora su uso está basado en dos significaciones: tanto como un convenio social y de recato para las mujeres casadas porque “ellas no pueden llevar el pelo suelto por ser un atractivo sexual muy poderoso, y se vería como una mujer *fácil* y *ofrecida* por andar sin la cabeza tapada” (idem); como un referente económico de quien lo usa, “los elegantes son de seda y los usan las mujeres ricas; si no se lo ponen en la cabeza, lo deben traer en el brazo, mostrando la capacidad económica de la dueña para tener un rebozo de esa categoría” (idem).

La joyería también es pieza indispensable dentro de su vestimenta tradicional; los collares que utilizan son cien por ciento indígenas, pesados, y se usan en la espalda. “Lo normal era que los padrinos regalaran a las ahijadas los primeros collares y se los pusieran ellos mismos, entonces era un signo de reconocimiento de la responsabilidad que los padrinos

adquirían sobre los ahijados, una especie de promesa de cuidar de ellos si los padres llegaran a fallecer” (idem). Están hechos con ciertas piedras prehispánicas, como el alabastro<sup>7</sup>, cristal de roca y vidrio de Murano<sup>8</sup>, Argelia e India<sup>9</sup>. Actualmente, a estos collares se les llaman joyas de rescate, porque cuando los antepasados mixes empezaban a convertirse a la religión evangélica, una de las cosas a las que tuvieron que renunciar fue a sus trajes y a sus collares; “por lo tanto, conforme las abuelitas morían, las enterraban con sus collares y con sus trajes, hasta que desaparecieron” (Sigüenza, L. F., 2019).

El actual vestido indígena conserva los enredos<sup>10</sup> y huipiles de la época prehispánica, pero la evolución del estilo de estas prendas ha sido notable. En el transcurso del último siglo es posible constatar la rapidez de esos cambios comparando las prendas producidas del siglo XX con las que ahora están en uso. El vestido tradicional del estado de Oaxaca que se produce hoy, se caracteriza por su enorme diversidad; lo anterior es resultado de la existencia de distintos grupos étnicos que durante siglos estuvieron en prolongado aislamiento, creando una identidad de grupo local. Sin embargo, el distinto grado de relación con otros pueblos, las dificultades para proveerse de materias primas tradicionales, el alto costo que algunas de ellas alcanzaron y las facilidades que existen actualmente para obtener telas y ropa industriales, ha provocado cambios totales o parciales en la indumentaria.

No obstante, el vestido tradicional sigue siendo un medio de identificación entre la mayor parte de los grupos y aún muestra una tendencia hacia su renacimiento en aquellos que están revalorizando su cultura étnica. Así, “muchos trajes que ya no se usan en la vida diaria, aparecen en las fiestas y se convierten en galas en las que se incorporan las materias primas de más alta calidad, la manufactura más fina y los accesorios más costosos” (Acevedo, s.f: 13).

---

<sup>7</sup> “El alabastro existía con anterioridad en México, pero se agotó hace algunos años; ahora para poder producir los collares como eran originalmente, la piedra se encarga a la India” (Sigüenza, C., 2019).

<sup>8</sup> Isla cercana a Venecia, Italia.

<sup>9</sup> Estas piedras llegaron a la Sierra Norte de Oaxaca con los españoles y los intercambios que hacían con las comunidades. Habitantes del Zempoaltépetl conservan piedras de trescientos o cuatrocientos años de antigüedad que se heredan de generación en generación.

<sup>10</sup> “Conocido en nuestros tiempos como falda, está compuesto por uno o dos lienzos rectangulares tejidos en telar de cintura con dobleces, pliegues o tablas” (Acevedo, 2019).

También hay prendas que ahora forman parte indispensable de la indumentaria indígena, pero en realidad fueron adoptadas de los españoles. “Están entre ellas el calzón, el pantalón, las camisas de hombre y mujer y el sombrero” (idem: 12). El sombrero tradicional, por ejemplo, es de lana negra de panza de burro, pero actualmente existen imitaciones de marcas internacionales; “es exactamente igual, en la forma, en el color, en la textura, incluso más cómodos, porque los sombreros originarios y rústicos *pican* después de usarlos mucho tiempo, además, es demasiado el calor que te generan” (Sigüenza, L. F., 2019). Este fenómeno ocurre constantemente, existen artículos que tal vez a simple vista parece mejor adquirirlos desde la industria, ya sea por el precio, comodidad, o por el nombre de la marca; sin embargo, “debemos reflexionar sobre la autenticidad que está inmersa dentro de ellas, pagarle al artesano original lo que pide por su trabajo, que al paso del tiempo se vuelve una reliquia, un patrimonio que vale la pena heredar a la siguiente generación” (idem).

En la moda actual, no solo los adornos vuelven mestiza la vestimenta tradicional de las comunidades, también las preferencias de diseños y colores modifican las prendas. “En las faldas por ejemplo, hay mucha preferencia ahora hacia los colores vivos, como el verde limón, y en el diseño de la tela resaltan pequeñas flores rosas y blancas que apenas y se distinguen; lo que sí se conserva es la estructura misma de la falda que está hecha con un determinado número de pliegues, generalmente son dos que están unidos, y el adorno con espiguillas de colores [...] de tamaño muy pequeño para hacer del adorno algo discreto” (Acevedo, 2019).

A pesar de que la moda ha modificado las características estéticas del vestido como el color y el corte, aún es posible distinguir la gran variedad que existe dentro de los textiles mixes conservando todavía el estilo básico. “No todos bordan igual. Cuando se estudian y conocen los rasgos de cada uno, la distinción es bastante obvia entre ellos debido a los pequeños detalles que introducen de su entorno” (idem), por esta razón resulta imposible generalizar tanto a los bordados de una comunidad como al diseño textil indígena y, en consecuencia, a la cultura misma.

En el caso particular de Santa María Tlahuitoltepec, el diseño entonces se vuelve exclusivo. Oreste Martínez (2019), bordador originario de la comunidad y fundador de la marca de textiles mixes *Kutääy*, nos dijo que dentro de los diseños “se concentra toda la filosofía y

cosmogonía del pueblo; en este caso se representa la madre naturaleza, la flora, la fauna y los servicios comunitarios” (comunicación personal); específicamente en estos bordados, el maguey, el sol, las montañas y las líneas, siempre han sido las únicas figuras expuestas en sus prendas. En consecuencia, el traje tradicional termina siendo un símbolo de identidad que hermana a los miembros de una comunidad singular y por lo mismo acentúa las diferencias locales. De igual manera, esta articulación es el justificativo de la persistencia del diseño textil de raíces prehispánicas en medio de una sociedad que tiende a la estandarización.

A partir de la observación interiorizada de los fenómenos, descubrimos que hay una evolución en el gusto y también en la habilidad para la introducción de elementos tecnológicos nuevos, “eso es precisamente lo que implica la cultura, las culturas no son estáticas, son por definición dinámicas, [...] pues a través de la recreación de elementos con ciertas modificaciones, se abre la posibilidad de actualizar la interpretación de la vida a través de los rasgos mínimos de cada detalle cultural” (idem). Es importante aprender a valorar las distintas expresiones de la cultura humana y a otorgarle, a cualquier forma de creación, el reconocimiento a sus creadores y a quienes hacen que evolucione dentro de los rasgos y gustos locales, de aquellos elementos que sirven para crear esas y no otras manifestaciones.

Para explicar la persistencia de los diseños textiles como hechos culturales<sup>11</sup> junto al avance industrial, es necesario analizarlos no sólo como supervivencia antigua de tradiciones u obstáculos para el desarrollo, sino como apéndices que cumplen funciones en la reproducción social y dentro del actual ciclo de reproducción del capital económico y cultural del sistema. Debemos observar conjuntamente los aspectos materiales y simbólicos en el dominio de las comunidades tradicionales al sistema hegemónico, la complementación e interrelación de ambos, y al mismo tiempo, considerar el ciclo completo del capital: las modificaciones en la producción, circulación y consumo.

---

<sup>11</sup> Para fines de esta tesis, consideramos a los diseños textiles indígenas como hechos culturales al ser expresiones artísticas cuyos cimientos descansan en las tradiciones de una comunidad, en su cosmogonía y que se transmiten a través de las generaciones.



A continuación, explicaremos la cadena de valor de los diseños textiles de Santa María Tlahuitoltepec desde su fase de producción, ya que, de acuerdo con lo observado, esta etapa es la que ha sufrido más modificaciones por la influencia de la tecnología y la reciente comercialización de la creatividad.

## 2.2 Cadena de valor y protección de los diseños textiles mixes.

La historia del mercado internacional de la indumentaria ha sufrido importantes transformaciones desde la creación y desarrollo de la máquina Singer; a partir de entonces, no solo la producción de prendas *de moda* evoluciona a un ritmo acelerado, también los diseños textiles indígenas están marcados por un antes y un después de la máquina de coser. En el año de 1860, nuestro país recibió las primeras máquinas Singer a través de comerciantes extranjeros; y no fue hasta los siglos XIX y XX que los bordados mixes de Santa María Tlahuitoltepec se modificaron. “El bordado que tiene está hecho con máquina, no es a mano. La máquina habrá llegado a México a finales del siglo XIX, a Oaxaca habrá llegado a principios del siglo XX y a la sierra por los años veinte o treinta” (Sigüenza, C., 2019).

Más allá de la influencia y adaptación tecnológica, el mestizaje ha modificado también la expresión del estilo y la misma creación en la vestimenta y cultura indígena; un buen ejemplo de ello es la región del Mixe Alto, lugar que visitamos para realizar nuestra investigación. “Aquí conviven vestidos de tradición mestiza, de tradición indígena y algunos otros que se consideran mestizos, prácticamente españoles” (Sigüenza, L. F., 2019).

Hay muchos elementos que forman parte del vestido indígena actual que fueron incorporados a lo largo de la colonia; los principales son la lana y la seda, que se adoptaron rápida e íntimamente para la fabricación de prendas y ahora son elementos primordiales de la ropa diaria y de la ceremonial; pero “incluso con la llegada de los españoles y siglos después, de la máquina Singer, hay una conservación de los diseños y de los bordados. No es que todos sean iguales, pero sí obedecen a un estilo muy similar” (Acevedo, 2019).

En el caso de Santa María Tlahuitoltepec, “hasta hace cincuenta años los mixes vestían en harapos, pero ahora usan un vestido adaptado, estilizado, ya con elementos muy del siglo

XX, no más atrás, ni al siglo XIX llega el vestido de *Tlahui* [...]. Todo esto es una combinación, no digo que no sea un vestido tradicional y tampoco digo que no sea original, ni prehispánico, tiene mucho de todo” (Sigüenza, C., 2019). Producto de esta mezcla cultural, el traje tradicional de Tlahuitoltepec es de los más evolucionados que hay en la región; los habitantes de la comunidad lo consideran como un rasgo de indigenismo, por su falda, blusa y rebozo mestizo, cuya confección incluye telas de origen industrial adornadas con distintivos adquiridos en el comercio, sobre todo espiguillas y cintas de colores.

Hasta antes del año 2015, el valor de uso<sup>12</sup> de las prendas tradicionales dependía solamente del consumo local y festivo como consecuencia de la modernización y pérdida cultural dentro del estado de Oaxaca, ya que desde el 2000 se abandonó la costumbre de usar los trajes tradicionales. En respuesta a ello, se creó un proyecto por parte de un grupo de artesanos junto con una institución educativa para impartir cursos de bordados, textiles y cerámica para fomentar estas actividades. Así, la comunidad retomó la elaboración del bordado y detectaron en éste una oportunidad de trabajo para comenzar a producir y a vender en las plazas.

A partir de noviembre de 2015, la cadena de valor de los diseños textiles se modificó luego del plagio de la blusa de Santa María Tlahuitoltepec. La diseñadora Isabel Marant, en su colección *Étoile* de primavera/verano 2015, utilizó los diseños de los bordados en una chamarra, una falda y una blusa, esta última resalta por haber sido muy similar a la original, con un precio de alrededor de cuatro mil quinientos pesos. En el momento en que la noticia tuvo presencia en medios nacionales e internacionales y aumentó la presión de la comunidad mixe, Marant se vio forzada a pedir una disculpa pública y reconocer que su “inspiración” provino de la comunidad mixe.

Cuando el escándalo del robo estalló mediáticamente, no solo el mercado internacional aprovechó la oportunidad de reproducir la blusa y ponerla de moda hasta llegar a ser una prenda de alta costura, también muchos artesanos de la comunidad mixe de Santa María Tlahuitoltepec utilizaron la controversia para ampliar su mercado de blusas tradicionales.

---

<sup>12</sup> “Los productos denominados culturales tienen valores de uso y de cambio que contribuyen a la reproducción de la sociedad y a veces a la expansión del capital; pero en ellos, los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles” (García, 1993: 33).

Estos cambios han provocado que el producto se encarezca debido a la demanda, a tal grado que habitantes de la misma comunidad ahora no pueden adquirir una blusa, ya que los precios rondan entre los setecientos y ochocientos pesos, cuando antes se hallaban a menos de la mitad de ese precio.

En la actualidad, los bordadores de Santa María Tlahuitoltepec se encuentran en pláticas para convenir y proponer precios que les uniformen para que todos estén dentro de un mismo rango. Oreste Martínez, bordador de Santa María Tlahuitoltepec, es el único de la comunidad que borda por computadora y nos dijo que "el producto es diferente y tiene un proceso más rápido, por eso abaratamos un poco el costo, a diferencia de los que lo hacen manual y lo deben de dar en otro precio [...]. El detalle es que nosotros tenemos una línea de producción y ciertos parámetros de calidad, por eso decidimos buscar otra forma de producción más rápida introduciendo la máquina" (Martínez, 2019).

Oreste Martínez continúa haciendo las blusas de manera tradicional pero también incluyendo las nuevas tecnologías, ya que en los últimos años ha tenido pedidos por mayoreo y bordándolo manualmente resulta más tardado y costoso. Por ejemplo, en la confección de prendas a mano que algunos clientes especiales solicitan, el costo se eleva de forma significativa porque para atenderlo se precisa de tiempos de producción extraordinarios. Un pedido de 15 o 20 blusas puede demandar en efecto hasta el año y medio de producción. A contraparte de esta medida, la manufactura por medio de computadora reduce tiempo y costos, ya que pueden elaborarse hasta seis piezas en un día. "Lo único que bordamos con la máquina son las figuritas, pero el armado y terminados se hace tradicional, es la diferencia en nuestros productos" (idem). Pese a la declaratoria, es evidente que el trabajo creativo, el que demanda imaginación, cuidado y dedicación, está presente en la labor artesanal, de donde las diferencias son más radicales entre una y otra producción.

Como lo mencionamos al inicio de este capítulo, Santa María Tlahuitoltepec no es la única comunidad que tiene bordados tradicionales y se ha visto afectada por las nuevas modas y demandas del mercado internacional; actualmente, en la comunidad de San Pedro y San Pablo Ayutla el bordado de las camisas y blusas tradicionales depende de una sola mujer, la señora Asunción Flores (2019), quien en una charla dentro de su local en el mercado de

Ayutla, nos comentó que también ha sufrido modificaciones en su modelo de negocio debido a factores varios como el uso de la máquina de coser, la escasez y encarecimiento de manta, e incluso los requerimientos de la moda, donde por ejemplo se solicita la diversificación de los colores de las prendas y la ausencia de mangas en las blusas. Sobre el particular se destaca también que “por las fiestas la demanda aumenta y la verdad no me doy abasto, menos ahora que no he conseguido manta y me atraso con los pedidos. Normalmente me tardo dos días en hacer una camisa y cuesta \$450, pero ahora con esto de la manta no sé si aumenten de precio y la gente quiera pagarlas; más los jóvenes, que aparte me las encargan ya de otros colores porque les aburre el blanco” (comunicación personal).

Ante estos cambios en la cadena de producción, bordadores como Oreste Martínez han decidido crear una marca para proteger su creatividad y obtener ganancias con un nuevo modelo de negocio. Dice Martínez: “cuando empezamos en el 2000, tuvimos un mercado en Oaxaca, tuvimos una tienda, como grupo, como una institución. Entonces a partir de ahí dije *de aquí se vende*, ahí unos compañeros artesanos igual que llevan experiencias y varios años trabajando me dijeron: si vas vender aquí tu producto y quieres que se coloque en los mejores mercados, debes registrarte una marca, mejorar la calidad, mejorar el corte de tus productos, mejorar la tela y mejorar los hilos, y pues ya ellos me apoyaron” (comunicación personal).

Oreste Martínez ha sido de los pocos bordadores que han sabido cómo proteger legalmente sus diseños, aunque no sea suficiente. Es por esto que es de suma importancia analizar los vacíos que existen en nuestras legislaciones para encontrar una alternativa que proteja la creatividad, identidad y cultura de todas las comunidades de nuestro país.

### *Protección del patrimonio.*

Cualquier tipo de creación es un patrimonio y no existe mejor manera de entender capacidad creativa infinita del hombre sin considerarlo. “Si con el traje típico cubres de identidad y colorido; si cultivas sus valores como una herencia indeleble en el espíritu de

servicio, en el trabajo honrado y en la disposición para compartir la vida en comunidad... la cultura mixe no perecerá” (Villanueva, 2018: 116).

La gravedad del plagio va más allá de pérdidas económicas, lo que en realidad reclaman las comunidades indígenas es el robo de su identidad y la poca participación del gobierno para salvaguardar el patrimonio mexicano. Por la falta de apoyo legislativo en el caso de plagio de Isabel Marant, Santa María Tlahuitoltepec “recurrió al escarnio, a la exposición, a la difusión pública de un plagio mal logrado y con demérito con prestigio de la plagiadora, nada más” (Sigüenza, C., 2019).

Los bordadores de la región también, en su momento, hicieron una protesta generalizada; acudieron a instancias internacionales mediante el concurso del Instituto Nacional Indigenista para reclamar su exclusividad en los diseños. “Con esta medida contagiaron a otros grupos étnicos de Oaxaca para que procediera en el mismo sentido. En realidad, digamos que para nosotros puede ser muy fácil distinguir una prenda chinanteca de una mazateca, de un mixe, una del zapoteca del sur, etcétera; pero ahora ya también hay una especie de registro para que estos diseños se respeten como propiedad cultural de las comunidades mixes” (Acevedo, 2019).

Por parte del Museo Textil de Oaxaca también han tenido apoyo para poder realizar mesas redondas al respecto, después del pronunciamiento oficial que hicieron las autoridades municipales de Santa María Tlahuitoltepec en torno al plagio. En estos eventos nuevamente intervinieron las autoridades locales y otros especialistas. “Participaron algunas personas desde la antropología, desde el campo del diseño, y tejedoras y tejedores, expresando sus puntos de vista. Es algo que mantenemos en constante conversación un poco quizá de manera más informal y cuándo tenemos la oportunidad lo sacamos a colación” (Meneses, 2019). Quizá uno de los puntos más importantes es hablar con las comunidades para que tengan poder de voz y voto en este proceso. Eso es lo más claro que dijeron los compañeros de *Tlahui*: “no queremos que otras personas que ni siquiera están aquí decidan por nosotros, queremos estar invitados a este proceso y que se nos tome en cuenta, que se nos escuche y que realmente entiendan porque algunas salidas fáciles que se plantean como los derechos de propiedad intelectual, como la patente, como la legalización, no aplican” (Martínez, 2019).

En el tema legislativo, sólo el Instituto Nacional Indigenista ha tomado cartas en el asunto e hizo una propuesta para reconocer la propiedad creativa de ciertos diseños. “No ha llegado al grado de precisión de decir las blusas de Tlahuitoltepec, pero ya hay una conciencia social bastante difundida acerca de la identificación de estas prendas, y no solo las de Tlahuitoltepec, sino de prácticamente todas las del estado de Oaxaca. Ahora hay muchas prendas que se estilizan y se modifican y se venden como parte de una moda más internacional, pero sin desconocer el origen del diseño. Entonces eso es lo que se cuida y procura ahora, la autoridad cultural o identidad cultural de los diseños” (Acevedo, 2019).

Actualmente, la idea que tienen algunos grupos de artesanos de la comunidad es crear una denominación de origen. “Varios amigos y varios compañeros me han dicho cuál es el proceso y todo, entonces por eso lo estamos trabajando con la autoridad para que a través de ellos se llegue a conformar el grupo, porque los diseños son un dominio público, no son de uno” (Martínez, 2019).

Después del escándalo de Isabel Marant y las blusas originarias de Santa María Tlahuitoltepec se estimuló la comercialización local de esa prenda, es decir, ahora son más los lugares donde se expenden las blusas, asegurándose de que se estén ofreciendo como prendas mixtas y particularmente elaboradas en Tlahuitoltepec. Es decir, “el escándalo sirvió para que mucha gente que no tenía la menor idea cayera en la cuenta de que eran de esa comunidad” (Acevedo, 2019).

Es importante que más allá de lo legislativo, se abran discusiones en los medios de comunicación, para que incluso desde niños se forme un criterio sobre lo propio; es decir, que se apropie de lo que habita y existe en nuestro país, como mexicano; al hacer esto estaremos dando un reconocimiento a la comunidad acerca del valor que tiene su propia producción estética en el sentido cultural y social. Todos nosotros tenemos la responsabilidad social de hacer una difusión clara y respetuosa de estas expresiones; de fomentar el interés por cuidarlas y conservarlas, no como piezas de museo, sino como expresiones de nuestra sociedad que deben evolucionar. Y como tales, es preciso proteger la creatividad implícita en ellas que cada vez más está siendo comercializada, despojándola de su contexto social e histórico; el análisis de dicho proceso de desposesión y privatización será analizado en el siguiente capítulo.

### Capítulo 3. Moda y diseño: creatividad a la venta.

En las últimas décadas han surgido una serie de debates en torno al término *cultura*, donde se actualizan los conceptos y sobre todo se discuten temas como la visión económica de la creatividad, la concepción elitista del término, o bien el reconocimiento de los productos artesanales en tanto componentes del patrimonio nacional. Producto de estos intercambios que igual reflejan posturas políticas, el desafío renovado que enfrentan las artesanías como hechos culturales es aquel que únicamente las interpreta y valora por su reutilización industrial y mercantil en circuitos transnacionales, inmersos desde luego en el sistema capitalista y sus reglas más estrictas.

Actualmente la mayor parte de las artesanías sigue circulando en mercados y tiendas de la región de origen, los productores aún no han conseguido organizarse empresarialmente ni controlar sus inventarios, y un sector creciente se ha convertido en asalariado de grandes talleres y empresas, donde los formatos originales son reelaborados por diseñadores en busca de la exportación.

En estas condiciones y bajo los principios que rigen al sector económico y mercantil, el diseño textil indígena se sujeta ahora a una tendencia economicista en cuanto a la generación de riqueza, y su progresiva integración y disolución en el campo de las llamadas industrias creativas.

#### 3.1 Capitalismo cognitivo y privatización radical de la moda.

En la época contemporánea, el conocimiento ha adquirido un nuevo carácter distintivo de la reflexión humana. Su capacidad de generar riqueza de manera casi infinita, sin desgastarse, ha convertido la *creatividad* implícita en los diseños textiles y en cualquier otro sector, en una nueva ampliación del capital económico. “El capitalismo cognitivo es captación de conocimiento social e individual para la acumulación del capital. Busca apropiarse y acumular valores añadidos vinculados al conocimiento o capital humano individual (*wetwear*) y colectivo (*netwear*)” (Zallo, 2011: 63). Es decir, busca enajenar los bienes comunes de la cultura, contenida por ejemplo en el diseño textil, para su conversión en acumulación, en valores económicos añadidos que facilitan y aumentan su realización

en el mercado. Así, los “conocimientos, patentes, I+D+I<sup>13</sup>, aplicaciones, saber empresarial, recursos humanos, capacidad innovadora y también propiedad intelectual, información, comunicación o publicidad” (idem), adquieren ahora esa esa racionalidad económica y funcionalidad productiva.

La realidad actual que rodea a la industria de la creatividad junto a las TIC's en la gestión de conocimiento, ha traído como consecuencia una brecha de desigualdades entre las sociedades productoras y consumidores, debido a que los países que disponen de una vasta cultura y una enorme creatividad se sujetan ahora a estas determinantes económicas y productivas y en una gran contradicción sufren la peor remuneración no obstante que los recursos que poseen y entregan son los componentes más importantes de la cadena de valor, e incluso los que le otorgan la posibilidad de comercialización de los bienes que producen. De esta forma, “bajo la dermis de la sociedad del conocimiento están las sociedades distintas y en conflicto. [...] donde las diferencias sociales y culturales, tanto entre países como en cada país, son la base de esta globalización que “globaliza” a muchos en beneficio de pocos” (ibidem: 62). En el caso de nuestro estudio, la brecha entre los creadores y artistas y quienes comercializan sus diseños en el mercado se incrementa como reflejo de la globalización y de la tendencia de los consumidores a inclinarse sobre los productos importados que entran al mercado.

En la sociedad del conocimiento, el diseño textil, el valor de la fuerza de trabajo y las creaciones, se han alejado del valor del capital humano acumulado por esas personas a lo largo de años de aprendizaje ancestral, cosmogonía y experiencias. “Una economía de la experiencia vital [...] se volatiliza. Se olvida que el sistema productivo sigue basado en una gran apropiación del excedente en forma de bienes materiales, inmaterial o especialmente financieros” (ibidem: 64). La generación de conocimiento, el procesamiento de la información y la comunicación de símbolos son las fuentes de la productividad y de la ganancia en el sistema. Por esta razón el capital busca privatizar dichos bienes intangibles de la cultura a través de la aplicación de nuevas formas de mercantilización.

---

<sup>13</sup> Investigación, Desarrollo e Innovación, nuevo concepto de desarrollo que implica el conjunto de la investigación básica, la aplicada, y la intervención de ambas en la reestructuración de procesos y productos, para lograr una mayor productividad y maximizar la ganancia. La información y comunicación son un componente básico de la fórmula.



### *Privatización radical de la moda.*

La privatización es la forma de acumulación de capital que ha predominado durante el siglo XX y XXI, tanto en los países desarrollados como en vías de desarrollo. Se trata de un tipo peculiar de acumulación por despojo, donde los bienes y servicios se desplazan de una producción artesanal o de Estado a la producción capitalista. Esta transferencia se manifiesta con gran fuerza en México, siendo el Estado su promotor y gestor administrativo.

La industrialización de la producción cultural entretiene los bienes simbólicos con las innovaciones tecnológicas. Tal estrategia se desprende y no es más que el reflejo de las políticas económicas instrumentadas en nuestro país. De acuerdo con Néstor García Canclini, en los años ochenta el gobierno abandonó el proteccionismo sobre la producción nacional para abrir la economía y enfrentar así la crisis económico-financiera que sufría el país. “El comercio exterior [...] se abrió a nuevas inversiones y permitió que los productos importados compitieran más libremente con los mexicanos” (García y Piedras, 2006: 9). Ahora el capitalismo contemporáneo es multidimensional, el desarrollo de procesos de producción tangibles e inmateriales; las redes de producción, de venta y abastecimiento; y la comprensión espacio-temporal generada por las nuevas tecnologías, juegan un papel central en la reestructuración de la dinámica de acumulación de capital y en la transformación de las relaciones de propiedad en beneficio de lo privado, como ha sucedido en nuestro país. Así, “la privatización ha hecho habitual que los procesos culturales sean examinados en relación con inversiones, mercados y consumos. Se sitúa la creatividad de artistas y escritores, o la tarea de museos, medios y otras instituciones, en relación con los intercambios internacionales y la globalización” (idem).

La privatización radical de la moda y el diseño textil indígena ha transformado a la cultura en simples mercancías, reordenando las jerarquías vigentes de una sociedad en favor de los que ejercen el poder en el mercado capitalista: las grandes corporaciones nacionales y transnacionales. El proceso privatizador ha contribuido a crear una nueva estructura del sector mexicano de la moda, caracterizado por la concentración del mercado y bajo el control de grupos empresariales. La privatización radical ha tenido un impacto profundo en la vida social al permitir la mercantilización de los bienes creativos y la supresión de la cultura. Es decir, contribuye a crear nuevos ricos y a arrebatar a las comunidades indígenas

su propia identidad. “Las identidades culturales en la globalización no tienden a estructurarse desde la lógica de los Estados-nación, sino desde la de entes transnacionales y mercados; no se basan, en lo esencial, en comunicaciones orales y escritas, sino que operan mediante la producción industrial de la cultura, su comunicación tecnológica y el consumo, según los casos, diferido y segmentado de los bienes” (García, 1999: 22).

En suma, la privatización radical incorpora el uso de una variedad de conceptos, instrumentos y prácticas que afectan, de distinta manera, los contextos político, económico y cultural nacionales y locales. La creciente demanda en las marcas de moda desechable y de alta costura, han llevado a estas empresas a utilizar diseños textiles indígenas como parte de sus mercancías. Así mismo, tanto la burguesía como los artistas nacionales interesados en la difusión de las temáticas populares, han incorporado estos diseños textiles a los circuitos de las élites como mensajes de las comunidades indígenas, y con ello transforman sus productos en moda, reestructurando el cruzamiento de identidad y significado, y generando una nueva interpretación de objetos y del sistema simbólico adjudicado a los diseños por sus creadores originarios.

La presente discusión sobre las políticas públicas no ha tenido como objetivo defender esas identidades, sino que problematiza el sentido de la industrialización vinculándola con la diversidad y la integración internacional. Actualmente “la preocupación por la defensa de lo local y lo tradicional mantiene un papel significativo en relación con el patrimonio histórico y las prácticas artísticas poco industrializadas” (García y Piedras, 2006: 13). No solamente se necesita cultivar su dignidad artística o preservar su autenticidad; la decisión fundamental es abrir una participación democrática y crítica de los propios artesanos y crear condiciones políticas e institucionales para que la ejerzan.

### 3.2 Acumulación por desposesión en el diseño textil indígena.

En la privatización radical de la moda toma relevancia el proceso de acumulación por desposesión, que desde luego se objetiva en la producción y comercialización de los bordados. Aquel, reproduce la lógica dominante del capitalismo donde toman relevancia “[...] los productos populares como mercancías y no la gente que los hace, valorándolos

sólo por la ganancia que dejan y vistos como residuos de formas de producción precapitalistas” (García, 1984: 15). Es decir, se genera una nueva forma de deshumanización de la cultura y específicamente del diseño textil indígena. En consecuencia, las prendas con bordados indígenas -entendidas por David Harvey como productos configurados por el trabajo humano- son determinadas por las marcas de moda únicamente por su estimación estética y la ganancia efectiva<sup>14</sup> que habrá de recibir si asume su proceso de producción, desprendiéndose así de la cosmogonía que las envuelve desde su origen milenario.

La reproducción del capital y la cadena de distribución de estas prendas dependen también de que las relaciones productor-distribuidor fomenten la colaboración y la cooperación, aunque algunas veces estas relaciones se lleven a cabo por imposición, sin descartar la fuerza bruta por un lado y los artificios técnicos de regulación por otro. Karl Marx establecía que a pesar de que el capitalista pueda organizar el proceso de trabajo, su agente activo es el trabajador, ya que es quien “realiza efectivamente el trabajo y por ello dispone de un poder real en el proceso, aunque parezca que el capitalista está por encima de todos los derechos legales y de la mayoría de los medios políticos e institucionales” (Harvey, 2010: 90). A pesar de que las marcas de moda insistan en que solo se inspiran, respetan, difunden y rinden honor a la cultura de las comunidades indígenas propietarias de los diseños que reproducen, y por lo mismo no llevan a cabo una apropiación desleal, la realidad es que siempre han mostrado una actitud de beneficio propio. Por lo tanto, el artesano tiene el derecho de exigir respeto y, si así lo desea, una repartición de las ganancias que se generan a costa de sus diseños.

Según la teórica marxista Rosa Luxemburgo, la acumulación capitalista es un proceso histórico con carácter dual: por un lado, emerge como una articulación económica que entrelaza al asalariado con el capitalista en la industria y en el mercado, para estructurar el intercambio de mercancías. “[...] En la acumulación el derecho de propiedad se convierte en apropiación de la propiedad ajena, el cambio de mercancías en explotación, la igualdad en dominio de clases. El otro aspecto de la acumulación del capital se realiza entre el capital

---

<sup>14</sup> Los productores, en este caso los artesanos, venden a cierto precio sus piezas a intermediarios que posteriormente las venderán en diferente medio comercial y a otro precio, esto hace efectiva la cadena de distribución.

y las formas de producción no capitalistas” (Luxemburgo, 1967: 351). En este segundo aspecto, reinan las políticas de tipo colonial con intereses privados ejercidas en el engaño, la opresión y la violencia. Al considerar esta premisa, puede decirse que los productos de la economía no capitalista son apropiados para su integración en la cadena de valor que encabezan las economías más desarrolladas. No obstante, se trata de una apropiación de su expresión cultural donde impera la explotación y engaño hacia las comunidades indígenas; detrás de la igualdad y el respeto que prometen hacia ellas, se esconde el dominio y opresión de las clases vulnerables. Como consecuencia de lo anterior, durante el robo de diseños indígenas por parte de las marcas transnacionales de moda, se maneja públicamente un proceso económico-cultural bajo un marco de ciertas legitimidades: un discurso de supuesto pago-intercambio justo por sus bordados, que además genera empleos en las comunidades, que si bien incrementa los costos del circuito productivo de los diseños y sus prendas, no llega a beneficiar a los diseñadores originales o a las comunidades donde viven, porque las ganancias que se generan son apropiada por quien ejerce la comercialización y no la producción de los diseños.

La expropiación señalada se contextualiza desde luego en un contexto histórico-material determinado en la historia del capitalismo. Conforme la interpretación que Isabel Loureiro desarrolla sobre la reflexión de Rosa Luxemburgo en torno a la acumulación o invasión del capital, el proceso se estructura hasta en tres momentos particulares pero de desarrollo simultáneo: 1) la imposición del proceso de acumulación de capital mediante la colonización formal e informal, de donde se destruyen las economías naturales o economías de subsistencia; 2) la explotación de los trabajadores antes autónomos o todavía no sujetos al capital, como fuerza de trabajo asalariada; 3) en consecuencia a los dos procesos señalados, la destrucción de las economías campesinas y las economías mercantiles simples, con implicaciones como el endeudamiento creciente a través del crédito internacional y exportación de capitales.

El desarrollo de los tres procesos descritos implica que la acumulación del capital no solamente destruye las economías precapitalistas o modos de vida ya existentes, también las modifica en favor del capital. De esta forma, si en los pueblos indígenas la producción de los bordados y su valor están inmersos en una dinámica comunal, asociativa y

colaboracionista, ahora aparecen nuevos vectores económicos que afectan y transforman el escenario porque deben satisfacerse requerimientos productivos emergentes que obligan el ingreso del artesano al mercado global para someterse a reglas y obligaciones que desde luego le son ajenas y lo someten, en definitiva. Es así que “el capitalismo, sobre todo el dependiente con fuertes raíces indígenas, no avanza siempre eliminando las culturas tradicionales, sino también apropiándose de ellas, reestructurándolas, reorganizando el significado y la función de sus objetos, creencias y prácticas” (García, 1984: 17). En el robo de diseños indígenas, las marcas de moda procedentes de países desarrollados en búsqueda de la innovación creativa o de seguimiento a una tendencia, aplican y aprovechan estas prácticas de claro perfil colonial, típico de las prácticas imperiales de las potencias mundiales, para robar y apropiarse de estas creaciones.

Al abordar el tema, hipótesis distintas de Marx, Harvey y la misma Rosa Luxemburgo, señalan que en la acumulación por desposesión se forja una serie de procesos que, si bien envuelven desde la mercantilización de la tierra y la fuerza de trabajo hasta la violenta expulsión de poblaciones, no podrían determinarse sin la intervención del Estado, ya que resulta indispensable el legalizar dichos procesos mediante estructuras jurídico-políticas e institucionales que las legitimen. “La acumulación por desposesión se desarrolla como reproducción ampliada (a través de la explotación del trabajo vivo en la producción) dentro de los supuestos de una economía cerrada que opera en condiciones de paz, propiedad e igualdad” (Harvey, 2005: 112). La garantía aportada por el Estado facilita que las marcas de moda se apropien de los bordados de las diferentes comunidades indígenas, los descontextualicen y degraden a simples decoraciones, y todo ello se lleve a cabo en el marco de una supuesta colaboración renovada entre los diseñadores de moda y los pueblos participantes de diferentes regiones; cada vez más comunes y mejor aceptadas por los consumidores. Se esconde en consecuencia el empleo del artesano como simple maquilador de prendas o accesorios con ciertas características en su bordado, para después colocarles la etiqueta del diseñador o de la marca compradora. La autoría se arrebatada entonces y con ello se eliminan las raíces de las comunidades indígenas.

Los diversos procesos de la acumulación por desposesión repercuten en la sociedad donde se estructuran y evolucionan. Aquí resalta el hecho de que sean los consumidores quienes

prefieren comprar estas prendas en tiendas de marca cuando pueden adquirirlas a precios más bajos en otros puntos de venta, algunos habilitados por los propios artesanos, o asimismo acercarse a la comunidad productora para conocer e involucrarse con los artesanos que las elaboran. Tal escenario recuerda a Harvey, cuando afirma que “la acumulación por desposesión, en resumen, supone la apropiación e integración de logros culturales y sociales preexistentes además de la confrontación y sustitución” (Harvey, 2007: 117). Origina también la transformación del valor y del significado de los bordados para las personas externas a las comunidades. Pasan a ser artículos de moda regidos por una estandarización del gusto y que pueden cambiar conforme las tendencias de la demanda que ni siquiera les considera para definirse.

En suma, los procesos de transformación provocan que los diseños textiles ya no sean ni representen lo que eran y significaban en siglos pasados donde evolucionaron de testimoniarse como objetos distintivos de los grupos étnicos creadores, a determinarse como símbolos de la identidad nacional, como fue el caso en las primeras décadas del siglo pasado. “La mercantilización de diversas expresiones culturales, de la historia y de la creatividad intelectual conlleva desposesiones integrales” (ibidem: 118). Las exigencias del sistema capitalista fueron alterando el lugar de los bordados indígenas en las relaciones sociales, en la definición de la identidad mexicana y de su propia identidad como objetos; convirtiéndose así en el insumo de una nueva industria de la moda.

### 3.3 Moda como industria creativa.

En el siglo XIX, la antropología y la sociología comenzaron a estudiar y teorizar a la *cultura* como concepto. El antropólogo Edward Tylor la definió como “aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad” (Tylor, 1920: 18). Años después, en 1982, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), conceptualizó por primera vez a la *cultura* como “el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad [...]”. Engloba además de las artes y las letras,

los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias” (UNESCO, 1982: 8).

Fue a partir de los años 80 que organismos internacionales se interesaron por las industrias culturales, llamadas así hasta entonces, por poseer intrínsecamente un gran potencial productivo que beneficiaría a mediano y largo plazo al modelo económico dominante. Dicho interés se convirtió en un foco de atención de la clase política para actuar bajo esa “nueva” dirección.

Para el mismo informe de 1982, se definió a la *industria cultural* como un ciclo en el que “los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económica, en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural” (ibidem: 21). Años más tarde, la propia UNESCO redefinió a las *industrias culturales* como “aquellas que producen productos creativos y artísticos tangibles e intangibles, y que tienen potencial para crear riqueza y generar ingresos a través de la explotación de los activos culturales y de producción de bienes y servicios basados en el conocimiento” (UNESCO, 2007: 11). Esta conceptualización incorpora ya a la *creatividad* como materia prima para producir todos los productos y servicios culturales que se convierten en bienes económicos.

En 1990, se reemplazó el término *cultural* por el *creativo*, reforzando así el plano económico de la identidad nacional como la principal aportación al sector del diseño y la innovación, que tienen su origen en la creatividad individual, la destreza y el talento, con potencial de producir riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual.

Dada la diversidad de enfoques y significados que existen alrededor de las *industrias creativas*, la UNESCO propuso enfatizar al conjunto de definiciones de las industrias culturales y creativas “en los bienes, servicios y actividades de contenido cultural y/o artístico y/o patrimonial” (UNESCO, 2009: 17) cuyo origen es, claro está, la creatividad humana, así como “en las funciones necesarias de la cadena productiva que les permite llegar al público y al mercado” (ibidem). El debate en torno a las definiciones se basa simplemente en el reconocimiento del valor simbólico por su diversidad ideológica y la interrogante de si la innovación de las TIC’s decrece en gran escala o no a la cultura.

Actualmente según la UNESCO, las principales características de las industrias creativas son:

- Intersección entre la economía, la cultura y el derecho.
- Incorporan la creatividad como componente central de la producción.
- Contenido artístico, cultural o patrimonial.
- Bienes, servicios y actividades frecuentemente protegidas por la propiedad intelectual.
- Doble naturaleza: económica (generación de riqueza y empleo) y cultural (generación de valores, sentido e identidades) innovación y recreación.

Además, dentro de los siete dominios culturales<sup>15</sup> que incluyen el patrimonio cultural y natural, los diseños y servicios creativos forman parte del nuevo mercado potencialmente generador de riqueza y víctima de la apropiación cultural indebida. Descrito en palabras de la activista ayuujk, Yásnaya Elena Aguilar, “los diseños sufren una apropiación cultural indebida que resulta ser extrema, que tiene que ver con las relaciones asimétricas; [...] con jerarquías” (comunicación personal); es decir, cuando un agente o ciertos grupos oprimen a otro y se aprovechan de su cultura; cuando el grupo opresor discrimina y ataca, pero también termina usando a esa misma cultura para recreación propia. “El Estado mexicano es el mayor apropiador cultural. Por un lado, prohíben nuestras lenguas, nos quitan territorio, meten mineras a los pueblos indígenas, nos castiga, su ideal es que desaparezcamos y se homogenice el ideal del mexicano, pero al mismo tiempo nos utiliza y explota como referente turístico y cultural nacional; así hacen un pastiche de lo *mexicano*, donde los más discriminados de esta estructura son los grupos indígenas” (Aguilar, 2019).

Para poder analizar a la moda actual como industria creativa, nuevamente es necesario pensar a la *cultura* y a los diseños dentro de la evolución de sus aptitudes, que de acuerdo a Néstor García Canclini, pasan por tres etapas: “en la primera, prevalece el valor de uso para la comunidad que lo fabrica, asociado al valor cultural que su diseño e iconografía

---

<sup>15</sup> De acuerdo con el Marco de Estadísticas de la UNESCO 2009, existen siete dominios culturales que incluyen “el patrimonio cultural y natural, las presentaciones artísticas y celebraciones (artes escénicas, música, festivales y festividades), las artes visuales y artesanías, libros y prensa, medios audiovisuales e interactivos, el diseño y los servicios creativos (UNESCO, 2009).



tienen para ella; en la segunda predomina el valor de cambio del mercado; en la tercera, el valor cultural (estético) que lo inscribe en su sistema simbólico” (García, 1984: 121). Incluso, el mismo concepto de *diseños* o *arte textil* indígena pasa a convertirse a *etnofashion*, en el que el valor de uso y el sentido comunitario que tiene originalmente el pueblo que las produce y consume, es neutralizado por la firma de algún diseñador o marca ajena a las raíces y que disuelve lo tradicional en lo nacional, lo étnico a lo típico. “Lo típico es el resultado de la abolición de las diferencias, la subordinación a un *tipo* común de los rasgos propios de cada comunidad” (ibidem: 129).

Bajo el pretexto de facilitar el consumo del *etnofashion* como Industria Creativa (IC), se nos acostumbra a percibir los diseños autóctonos en un panorama aburrido, con tan pocos matices que al final lo original resulta menos atractivo de lo que podría ser; la estandarización mercantil nos entrena a suprimir lo plural y obligar a que todo se sumerja en una pasta homogénea. Es necesario entonces reconocer el valor de la creatividad dentro de la economía de la moda como IC, ya que a pesar de ser el insumo esencial que detona toda una cadena de valor, resulta también que ha dejado de ser un flujo que se regenera día a día para convertirse en un recurso consumido gracias a la desigualdad social y falta de oportunidades. “El vínculo de la cultura con el desarrollo es valorable por su modo de construir la sociedad. Junto a los derechos económicos de las empresas hay que considerar los derechos culturales de los ciudadanos” (García y Piedras, 2006: 42).

El reto entonces es aprovechar al máximo ese potencial económico de crecimiento y desarrollo de nuestra actividad económica derivada de la cultura, en un marco de respeto de nuestra identidad y diversidad. Respecto a las innovaciones en el diseño, en la presentación y difusión de sus productos, serán los artesanos de la cultura quienes deben decidir qué cambios pueden aceptar y cuales se oponen a sus intereses.

La problemática no reside tanto en el cambio de escenario y de uso de los tejidos, ni en las adaptaciones que experimentan, “la producción de valores simbólicos y económicos plantea para la concepción tradicional de la cultura una serie de desafíos cuya resolución incide de manera fundamental en la elaboración de políticas públicas” (García, 1999: 368). Se requiere una política pública combinada con transformaciones socioeconómicas en las condiciones de vida de los campesinos, subsidios y apoyos a cooperativas de artesanos y

organismos en los que ellos gestionen la comercialización, protegiendo los derechos intelectuales de sus diseños. “En este tiempo de globalización, migraciones y multiculturalidad transnacional, se les pide a las políticas públicas que se hagan cargo de los conflictos y contribuyan a volver viable el comercio, la comunicación y otras formas fundamentalistas de la identidad y los programas de globalización” (ibidem: 37).

Una seria dificultad para rediseñar las políticas públicas en este nuevo contexto económico y político, es la falta de estadísticas confiables o abiertas al conocimiento público sobre los artesanos productores, sus principales campos de producción, comercialización y de inversiones económicas. Incluso en el mismo estado de Oaxaca es inexistente un censo formal sobre las actividades económicas que se realizan en la sierra y las condiciones de trabajo en las que los artesanos buscan su propio desarrollo. “Esta falta de información *pública* es, en parte, la causa, y en parte consecuencia, del escaso lugar que tienen los intercambios culturales en las agendas gubernamentales” (ibidem: 39). Lo más preocupante es que las escasas políticas preservadoras han llegado a destiempo a los procesos de negociación económico-cultural que los productores locales de cultura encaran con los actores externos; como es el ejemplo de la blusa de Santa María Tlahuitoltepec y la firma de Isabel Marant.

El problema de la propiedad intelectual y de los derechos de los creadores se hace más complejo en la medida en que debe considerarse también el patrimonio documentado mediante tecnologías avanzadas de fácil reproducción y difusión. La debilidad de las *políticas públicas* mexicanas respecto de la moda como IC, sumada a la extrema desregularización económica y el bajo interés del Estado por este campo estratégico, además de desaprovechar un vasto repertorio de recursos locales, está empobreciendo la diversidad y la comunicación cultural de lo que se produce. “El asunto no es que en México nos estemos americanizando, sino la subordinación de las producciones nacionales y locales a una reorganización transnacional, y la debilidad de las políticas mexicanas que podrían favorecer la producción endógena” (García y Piedras, 2006: 32).

Si no se actualiza la legislación sobre los usos del patrimonio tangible e intangible y sobre la expansión de las IC, las declaraciones en defensa de “la cultura nacional” seguirán siendo sólo retórica ante los actores transnacionales mejor preparados para aprovechar la

convergencia digital con bajo costo en producción; “para que la creatividad de los pueblos y los artistas sea sustentable, o la riqueza de la diversidad cultural se distribuya mejor en un tiempo globalizado, los derechos de autor de los individuos y de las comunidades, así como los derechos de los consumidores, deben compatibilizarse con las reglas del *copyright*, no subordinarse a los derechos de copia de las megaempresas” (ibidem: 39). El enfoque debe respetar a la cultura por lo que identitariamente nos representa y por lo que podría remunerar a las comunidades originalmente productoras.

En consecuencia, lo que importa ahora es que las políticas públicas en el plano nacional logren trascender la tradición limitada a focalizar su esfuerzo en la preservación del patrimonio histórico. Junto a éste se requiere constituir nuevos espacios públicos mediante iniciativas y esfuerzos conjuntos gubernamentales y privados y tener en cuenta valores y visiones distintas. Si se desean mantener los elementos nacionales en la construcción de la identidad, es fundamental contar con una base productiva adecuada que, de lugar a industrias creativas de la moda nacionales, con empresas que puedan invertir en el exterior, producir y exportar bienes culturales, que sean capaces de dar apoyo y expresar los nuevos y antiguos contenidos de la riqueza cultural.

El futuro de las culturas populares depende del conjunto de la sociedad. Es necesario que los artesanos participen, critiquen y se organicen, que redefinan su producción y su manera de vincularse con el mercado y los consumidores; que se forme un nuevo público, otra manera de gustar y pensar la cultura; y finalmente, exigir al Estado que proteja y promueva el trabajo y la voz de las comunidades indígenas.

## Capítulo 4. La moda sí incomoda: Propuestas y conclusiones.

México siempre ha sido reconocido internacionalmente como un país de alta generación de cultura y arte con una diversidad amplia, pero debido al desarrollo tecnológico y la lógica del mercado internacional de la moda, los diseños textiles indígenas de nuestro país han resultado afectados. Tal es el caso de Isabel Marant y los diseños de Santa María Tlahuitoltepec en 2015, en donde la creatividad de los indígenas significó una oportunidad de robo y de generar capital económico. Como ya lo explicamos en el capítulo anterior, la falta de una política nacional de cultura que integre a las producciones de los grupos indígenas, con reglas claras y estables para su desarrollo sustentable, deja un futuro incierto para los que se dedican al trabajo creativo. Por esta razón, este último capítulo de nuestra investigación lo dedicamos a explicar a detalle el plagio de la diseñadora francesa, exponer los lineamientos legales en el tema cultural que rigen a nuestro país y por último, compartimos una serie de propuestas para procurar los derechos indígenas sobre sus creaciones y fomentar en cada uno de nosotros el reconocimiento y valor de cada cultura de nuestro país.

### 4.1 Del plagio de Isabel Marant a los pronunciamientos actuales.

En enero de 2015, mediante un tweet de la cantante oaxaqueña Susana Harp, se denunció el plagio de la blusa de Santa María Tlahuitoltepec, localmente llamada *Xaam nīxuy*; rápidamente los tweets se volvieron virales. De acuerdo con la investigadora mixe Tajëëw Díaz, “las diferencias entre ambas blusas eran pocas: solo las distinguía la tela utilizada y los lugares en donde se encontraba; sin mencionar el precio y el prestigio de la marca. No había duda: se trataba de un plagio” (Castillo, 2017: 173).

Dicha blusa, utilizada como la prenda que por excelencia portan sus mujeres, muestra su iconografía y parte del mundo de los *ayuujk*. Tal y como lo hemos mencionado a lo largo de esta investigación, el binomio cultura/identidad impreso en cada pieza, va más allá del sentido utilitario de la prenda, alberga la historia de la comunidad y años de tradición. Raquel Diego, antropóloga mixe, comentaba al respecto: “*Xaamkëjxpīt nīxuy* se nombra a la blusa de nuestra comunidad Tlahuitoltepec y como tal, representa una ofrenda al paisaje

territorial en donde habitamos día a día. [...] Tlahuitoltepec está lejos de mirar la blusa como prenda de moda y si se venden piezas en la comunidad, es como parte de una economía familiar” (ibidem: 175).

Después de su plagio, el significado de la blusa dentro y fuera de la comunidad llegó a banalizarse como una simple prenda de moda. Así como lo describe Héctor Meneses, director del Museo Textil de Oaxaca: “Afuera ni siquiera sabían de dónde era, simplemente es este efecto de la moda donde no importa el contexto, no importa el significado; importa la trascendencia, importa la forma y ya” (Meneses, 2019).

Una imparable propagación mediática del plagio comenzó. Por un lado, diferentes medios de comunicación estatales, nacionales e internacionales hablaban de ello, reproduciendo pequeñas averiguaciones e imaginando posibles efectos; “la comunidad de Tlahuitoltepec comenzó a trabajar y consensuar frente al caso desde su Cabildo y las principales autoridades que lo componen” (Castillo, 2017: 176).

Una serie de cuestiones estaban en juego: la apropiación de un patrimonio, la descontextualización de una prenda, la contraposición entre propiedad colectiva y propiedad individual, presencia de mercados internacionales, moda, anulación de saberes y culturas, derechos locales contra derecho internacional, generación de información de dudosa procedencia. Al lado, un Estado ausente.

Con el caso del plagio de la blusa tradicional de Santa María Tlahuitoltepec, se puso sobre la mesa el tema de la protección y reconocimiento, en el ámbito normativo e institucional de la propiedad intelectual colectiva, que incluye toda la gama de diseños, modelos y creaciones artísticas de dichos pueblos. Desde entonces, fue más evidente la existencia de un vacío legal y la falta de interés por parte del Estado.

Que una diseñadora extranjera se haya robado el diseño de la blusa apropiándose con ello de un patrimonio cultural, representó una ofensa y una falta de respeto a los *ayuujk* y por extensión a los pueblos indígenas en general; lo que resulta en una prenda que, en el contexto de la moda, solo sería apreciada por su estética.

Debido a ello, el 3 de junio de 2015 las autoridades municipales y agrarias de Santa María Tlahuitoltepec convocaron a una rueda de prensa en el Museo Textil de Oaxaca, “donde

ante un gran número de espectadores, prensa, seguidores, académicos, organizaciones y representantes de comunidades que se dieron cita, presentaron un documento que hacía frente al plagio” (Sigüenza, C., 2019). En el documento se referían a su blusa como un mapa, una forma de relacionarse con el mundo, que recrea lo cotidiano y conduce a lo colectivo; que “salvaguarda el patrimonio material e inmaterial de la misma y es testigo de la cotidianidad de sus prácticas culturales esenciales. La blusa es identidad” (Autoridad Comunitaria, 2015).

Este pronunciamiento estaba conformado por una declaración contra la apropiación del patrimonio cultural, compuesto de tres incisos: se posiciona a la blusa y su patrón gráfico como identidad, se habla de la participación históricamente activa de los mixes en el reconocimiento de los derechos indígenas y se hace evidente el plagio de Marant invitándola a su vez, a conocer la comunidad. El pronunciamiento termina con un cuarto inciso donde el pueblo de Tlahuitoltepec instaba a otras comunidades indígenas a manifestarse, y a organizaciones comunitarias, civiles e instituciones nacionales e internacionales a sumar la atención y responsabilidad frente a las prácticas que violan los derechos de los pueblos indígenas. (Véase anexo 2 sobre el pronunciamiento de Santa María Tlahuitoltepec).

Diversos titulares de prensa hablaron del posicionamiento que manifestó la comunidad. La sorpresa mayor para medios y público en general, fue notar que, en medio del caos, la comunidad no había presentado ninguna demanda penal hacia Isabel Marant. Tal y como nos dejaron claro los mixes de *Tlahui* en nuestro viaje a su comunidad, “ellos se conducirían bajo sus formas, no bajo las de un aparato ajeno a su “normatividad comunitaria”; y bajo dichas formas, defenderían lo que era de ellos” (Martínez, 2019).

Después de unos meses de aparente calma y sin novedades, el caso del plagio de la blusa dio un giro inesperado, El 17 de junio de 2015 una nota del periódico británico *The Guardian* sorprendió diciendo que la empresa de moda, Antik Batik, demandaba a Isabel Marant por razones similares que llevaron a la comunidad de Tlahuitoltepec al anterior pronunciamiento, “un plagio”. A diferencia de la comunidad, Antik Batik argumentaba tener el copyright del diseño, mismo que había plagiado tiempo antes y que ahora reclamaba como propio, mientras que Tlahuitoltepec argumentaba la propiedad colectiva.

En pocas palabras, resultó que “Marant no solo estaba plagiando diseños mixes, sino también a su par, la empresa Antik Batik, y estos últimos con mayor insolencia, no satisfechos con haber cometido un plagio a toda costa con anterioridad, todavía tenían el cinismo de demandar a Isabel Marant por plagio” (Castillo, 2017: 183). Aún peor, ni Isabel Marant, ni Antik Batik habían hecho contacto con la comunidad; asimismo, todas las movilizaciones legales, demandas y contrademandas tuvieron un corte occidental, donde una vez más se dejaba fuera a los principales actores, propietarios del diseño, los mixes de Santa María Tlahuitoltepec.

En junio de 2015, el entonces presidente municipal en función, Erasmo Hernández, solicitó al Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) un dictamen antropológico de autenticidad de la blusa de Tlahuitoltepec, que sería “un instrumento adecuado que permitiera el reconocimiento de la misma como propiedad colectiva de la comunidad y que ninguna persona o marca pudiera adjudicarse como propia” (ibidem: 184). Este documento fue requerido a la antropóloga del INAH-Oaxaca, María del Carmen Castillo Cisneros quien en un artículo también de su autoría, narra el proceso de creación y redacción: “Los motivos por los que la Coordinación Nacional de Antropología (CNA) había decidido adjudicarme esta tarea se sustentaban, a grandes rasgos, en que mi tesis de doctorado versaba sobre ritualidad *ayuujk* en la región alta de la zona mixe, en específico en Tlahuitoltepec. [...] mi tesis servía muy bien para tales fines, pues hablaba de cosmovisión, ritualidad y demás concepciones y percepciones que los mixes de Tlahuitoltepec compartían como parte de su estar en el mundo” (ibidem: 184-185).

María del Carmen tomó entonces la decisión de hacer el dictamen, pero solamente si se comprometían a cumplir dos requisitos. El primero, que para su elaboración participaran dos personas de la comunidad que habían seguido a fondo el tema; y segundo, que el documento final se sujetara al pronunciamiento, información con el visto bueno de la gente de la comunidad, manteniendo la misma tónica y sin oponerse a cualquier punto acordado por el pueblo. A finales de 2015 el dictamen fue entregado al INAH y tiempo después, de manera formal, fue devuelto a la comunidad.

A pesar de que el caso Marant fue la gota que derramó el vaso, desatando una de las polémicas más grandes, interesantes y viralizadas en redes sociales, así como

movilizaciones al interior de la propia comunidad, la región y el estado, la bola de nieve sigue creciendo. Solo en Oaxaca, tenemos en los últimos tres años, tres casos de apropiación cultural indebida de textiles pertenecientes a pueblos indígenas: *mixes*, *zapotecos* y *chinantecos*. En los últimos meses, el foco de atención se posó en el caso de Carolina Herrera plagiando diseños tradicionales y vendiéndolos como una referencia a lo tribal y lo azteca.

La economía se ha puesto por encima de la creatividad pasando sobre formas de conocimientos y saberes culturales que desde siempre han sido propiedad de las comunidades indígenas. “Pareciera que los diseñadores de las grandes empresas de moda ya no tienen imaginación para crear algo novedoso, ya que están robando los conocimientos tradicionales de los pueblos indígenas y de otros artesanos no indígenas” (ibidem: 189).

En vista de este precario reconocimiento por parte del Estado y de la nula protección existente, es que extranjeros como Isabel Marant venden telas estampadas con diseños originales de bordados mixes de Tlahuitoltepec, todo ello sin una mención a los pueblos que sirvieron de inspiración.

“No proponemos encerrarnos en nuestro mundo, lo que cuestionamos es que, con la acción de Marant, que se adjudica la blusa, que para nosotros es identidad, se reproduce una sistemática y asimétrica relación entre el mundo rural y occidental” (Aguilar, 2019). Una vez más se niega de la identidad en las obras de arte que ellos plasman. Proponemos que se propicie una economía justa y solidaria y en todo caso que las adquisiciones de las prendas sean con criterio ético y directo con los artesanos.

Más allá de una respuesta económica o de un pronunciamiento del Estado, los habitantes de Santa María Tlahuitoltepec han hecho evidente que: “no queremos que otras personas que ni siquiera están aquí decidan por nosotros, queremos estar invitados a este proceso y que se nos tome en cuenta, que se nos escuche y que realmente entiendan porque algunas salidas fáciles que se plantean como los derechos de propiedad intelectual, como la patente, como la legalización no aplican. Porque no nos interesa esa parte” (Meneses, 2019).



Debemos ver a los diseños textiles como el patrimonio cultural que representan, reconocerlos por su valor simbólico, y formular lineamientos legales que permitan su producción, circulación y consumo de manera responsable y con los beneficios correspondientes para las comunidades creadoras originarias.

#### 4.2 Políticas y lineamientos actuales

A lo largo de la trayectoria del reconocimiento de las comunidades indígenas, sus derechos y su patrimonio cultural material e intangible, se han realizado distintas mesas de debates, diálogos, leyes, propuestas y recomendaciones nacionales e internacionales. Tal es el caso de la UNESCO en el Convenio para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, realizado en París el 17 de octubre de 2003. Tuvo como interés general el reconocimiento de la globalización como culpable de los fenómenos de intolerancia, graves riesgos de deterioro, desaparición y destrucción del patrimonio cultural inmaterial, debido en particular a la falta de recursos para protegerlo y promoverlo de manera responsable; reconociendo que las comunidades, en especial las indígenas, “desempeñan un importante papel en la producción, la salvaguardia, el mantenimiento y la recreación del patrimonio cultural inmaterial, contribuyendo con ello a enriquecer la diversidad cultural y la creatividad humana” (UNESCO, 2003); observando además que todavía no se dispone de instrumentos legales destinados a salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial, considerando la necesidad de formar un mayor nivel de conciencia, especialmente entre las nuevas generaciones, de la importancia del patrimonio cultural inmaterial y de su salvaguardia.

Años después en el plano nacional, el 19 de junio del 2017, se publicó en el Diario Oficial de la Federación la Ley General de Cultura y Derechos Culturales, que se encargaría de “regular el derecho a la cultura que tiene toda persona en los términos de los artículos 4o<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> “Toda persona tiene derecho al acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, así como el ejercicio de sus derechos culturales. El Estado promoverá los medios para la difusión y desarrollo de la cultura, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa. La ley establecerá los mecanismos para el acceso y participación a cualquier manifestación cultural” (CNDH, 2019: 3).

y 73, fracción XXIX-Ñ<sup>17</sup> de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Promover y proteger el ejercicio de los derechos culturales y establece las bases de coordinación para el acceso de los bienes y servicios que presta el Estado en materia cultural” (DOF, 2017: 1)

Esta ley tiene como objetivos: “I. Reconocer los derechos culturales de las personas que habitan el territorio de los Estados Unidos Mexicanos; II. Establecer los mecanismos de acceso y participación de las personas y comunidades a las manifestaciones culturales; III. Promover y respetar la continuidad y el conocimiento de la cultura del país en todas sus manifestaciones y expresiones; IV. Garantizar el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en materia cultural; V. Promover, respetar, proteger y asegurar el ejercicio de los derechos culturales; VI. Establecer las bases de coordinación entre la Federación, las entidades federativas, los municipios y alcaldías de la Ciudad de México en materia de política cultural; VII. Establecer mecanismos de participación de los sectores social y privado, y VIII. Promover entre la población el principio de solidaridad y responsabilidad en la preservación, conservación, mejoramiento y restauración de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia” (idem). Las manifestaciones culturales a las que se refiere esta ley son los elementos materiales e inmateriales pasados y actuales, inherentes a la historia, arte, tradiciones, prácticas y conocimientos que identifican a grupos, pueblos y comunidades que integran la nación, elementos que las personas, de manera individual o colectiva, reconocen como propios por el valor y significado que les aporta en términos de su identidad, formación, integridad y dignidad cultural, y a las que tienen el pleno derecho de acceder, participar, practicar y disfrutar de manera activa y creativa.

En el último año y debido a los casos de plagio, apropiación cultural indebida, y falta de protección hacia las comunidades indígenas, el 28 de enero de 2019, la CNDH envió al poder ejecutivo local y nacional, cámaras y jefes de gobierno, una Recomendación General

---

<sup>17</sup> “Para expedir leyes que establezcan las bases sobre las cuales la Federación, las entidades federativas, los Municipios y, en su caso, las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, en el ámbito de sus respectivas competencias, coordinarán sus acciones en materia de cultura, salvo lo dispuesto en la fracción XXV de este artículo. Asimismo, establecerán los mecanismos de participación de los sectores social y privado, con objeto de cumplir los fines previstos en el párrafo décimo segundo del artículo 4o. de esta Constitución” (DOF, 2016: 9).

número 35 sobre la Protección del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas de la República Mexicana, que advierte: “[...] sobre las omisiones existentes en marcos normativos, así como en los alcances de diversas instancias del Estado, con relación a la problemática de la sustracción y la apropiación cultural indebida que enfrentan los pueblos y comunidades indígenas en sus usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas, así como, instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales, y que les son inherentes a las comunidades, como parte integral de su patrimonio cultural, a fin de coadyuvar en el diseño y generación de procedimientos y mecanismos idóneos que permitan su efectiva protección, salvaguarda, preservación integral, desarrollo y promoción” (CNDH, 2019: 4).

El presidente Andrés Manuel López Obrador ha afirmado que su gobierno laborará siempre en un diálogo y participación activa de las diferentes secciones de la población mexicana. Para tal fin ha realizado las llamadas consultas ciudadanas, las cuales son convocadas por el presidente, pero sólo se realizarán si la mayoría de cada cámara del Congreso de la Unión las aprueba; asimismo, sus resultados serán vinculatorios con el poder Ejecutivo, Legislativo, y autoridades competentes en el tema, si mínimo el 40% de los ciudadanos inscritos en la lista nominal de electores participan.

En este contexto, se han realizado consultas en temas que el gobierno considera de importancia nacional durante su primer año de gobierno; una de ellas fue el Proceso de diálogo y consulta sobre la Reforma Indígena y Afromexicana del 21 de junio al 4 agosto del 2019 en cincuenta y cuatro Foros Regionales (que considera la posición geográfica de los sesenta y ocho pueblos indígenas), con un Foro Nacional del 6 al 8 de agosto del mismo año para dar seguimiento y análisis de los resultados que arrojó en conjunto a los diferentes Foros Regionales. De los dieciséis ejes temáticos que se tocaron, tanto las resoluciones y propuestas que el gobierno realizó, resaltan los siguientes:

- Libre determinación y autonomía en sus distintos niveles y ámbitos.

El derecho a la libre determinación o autonomía de los pueblos indígenas es fundamental para que puedan libremente tomar decisiones que afectan sus vidas y regirse como ellos vean más conveniente a nivel comunitario, municipal y regional. Sin embargo, en nuestra constitución tal derecho está conceptualizado muy vagamente y superficial, además que no

es específico en su verdadero alcance. La consulta propone hacer cambios en el texto del artículo 2, 73, 115, 134 de nuestra constitución; al igual que copiar textualmente la definición del derecho de libre determinación del artículo 3 de la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los pueblos Indígenas: “En virtud de ese derecho determinan libremente su condición política y persiguen libremente su desarrollo económico, social y cultural”.

- Patrimonio cultural, conocimientos tradicionales y la propiedad intelectual colectiva.

El gobierno reconoce que no cuenta con elementos legales, reconocimiento ni protección adecuada para que haya condiciones constitucionales para proteger al patrimonio y la propiedad intelectual. Propone dos principales modificaciones al artículo 2 de la constitución: reconocer a los pueblos indígenas con la competencia legal de proteger, controlar y desarrollar su patrimonio cultural y su propiedad intelectual; y afirmar el deber del Estado de crear medidas legales para proteger el derecho de autonomía de los pueblos indígenas y sanción de aquel que plagie su conocimiento.

- Educación comunitaria, indígena e intercultural.

El gobierno establece que la sociedad mexicana es multicultural por lo que su educación, dentro y fuera de las comunidades, debe ser igual. Por lo que proponen modificaciones al artículo 2o constitucional donde se acepte el derecho de los pueblos indígenas a crear y controlar sus sistemas educativos que son comunitarios, interculturales y multilingües; y el deber del Estado de reconocer dichos sistemas y promover los valores y conocimientos indígenas y afroamericanos en la población mexicana.

Recientemente en octubre de este año, la senadora Susana Harp hizo la propuesta de ley de *Salvuarda de los Conocimientos, Cultura e Identidad de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afroamericanos*, con la finalidad de crear un marco legal efectivo que defienda a las comunidades indígenas y su creatividad. Se prevé en la ley hasta seis años de prisión y multas a quienes se apropien de manera indebida y a la reproducción no autorizada, de cualquier manifestación cultural. La propuesta de ley está compuesta por ocho títulos, treinta y un artículos y seis transitorios. Establece como manifestaciones culturales no disponibles públicamente cualquier forma de expresión creativa, ritual, corporal, artística o

literaria, así como acciones, materiales, música y sonido, que puedan subsistir por escrito, de forma codificada, por tradición oral o de otro modo. Esta iniciativa de ley se encuentra actualmente en la cámara de diputados, esperando su pronta aprobación y publicación.

Para entender la situación social y vigencia de los patrimonios culturales, se parte de la concepción del patrimonio como construcción histórica. Según el historiador Enrique Florescano, existen cuatro factores que influyen en la selección del patrimonio de alguna sociedad, lo que a su vez se refleja en cómo los diferentes Estados lo protegen y preservan: “*Uno*. Cada época rescata de manera distinta su pasado y realiza una selección de los bienes que posee [...]; *Dos*. La selección y el rescate de los bienes patrimoniales se realiza de acuerdo con los particulares valores de los grupos sociales dominantes, que por fuerza resultan restrictivos y exclusivos [...]; *Tres*. El punto de partida del estado nacional para definir el patrimonio es la distinción entre lo universal y lo particular, [...]” (Florescano, 2004: 15); “*Cuatro*. El patrimonio nacional, [...] es una realidad que se va conformando a partir del rejuego de los distintos intereses sociales y políticos de la nación, por lo que su uso también está determinado por los diferentes sectores [...]” (ibidem: 18).

El patrimonio cultural de una sociedad resulta ser entonces, un *algo* que *algunos*, de acuerdo con sus peculiares valores y posiciones sociales, consideran que es digno de ser valorado y que *otros* deben compartir esta elección, libremente o por imposición, para que pueda considerarse como *nuestro*. En consecuencia, se crean condiciones desiguales en la apropiación y aprovechamiento del mismo.

Es difícil creer que desde entonces y hasta nuestros días solo se defiendan los elementos culturales relevantes para las clases dominantes, cuando deben conocerse también los elementos de las culturas dominadas. Es necesario entonces, contar con un marco jurídico integral para el sector cultural, que establezca los principios y oriente una política pública que “garantice el ejercicio pleno del derecho a la cultura, así como el acceso y disfrute de los bienes y servicios, que salvaguarde el patrimonio cultural de la nación, que defina la ubicación y el papel del Estado, sus dependencias y la participación pública, privada y social en el desarrollo y fortalecimiento de nuestra cultura” (García & Piedras, 2006: 81).

Si bien las políticas culturales deberían desarrollarse bajo dichos factores; la realidad es que la dirección de ellas en nuestro país no está orientada ni es beneficiosa para los

artesanos mexicanos. La atención del Estado, y de la sociedad, está centrada en santificar al indígena precolombino; pero al mismo tiempo segrega al indígena que vive entre nosotros. Por ejemplo, el Fondo Nacional para las Artes (FONART), “tiene una política de apoyar solamente a los artesanos que están en pobreza extrema, ahí ya está sesgado todo; y el famoso apoyo son quince mil pesos al año para que hagan algo [...]. Entonces lo que hay es una política de dádiva, de asistencia pública, de limosna, desde hace muchísimo tiempo lamentablemente” (Novelo, 2019).

Para crear una política pública cultural que satisfaga las necesidades de los artesanos es necesario considerar no solamente al producto, sino principalmente el bienestar de los artesanos y sus comunidades, para así mejorar la hechura de su producto; cumplir con su derecho a una educación que les permita capacitarse más en su rama de producción, lo que a su vez les permite experimentar con sus creaciones. Pero, ¿cómo puede crearse este tipo de política cultural, si en primer lugar a los artesanos indígenas no se les considera ciudadanos de su país? Cada sexenio se repite la dinámica de hacer un diagnóstico y pronóstico sin aterrizar en alguna legislación, tan es así que “los indígenas en México tienen que casi casi pedir permiso al Instituto Nacional Indigenista en turno [...]” (Novelo, 2019) para tomar decisiones que afectan a sus comunidades.

De este modo, la política cultural debe compartir la misma naturaleza dinámica que las realidades sociales y fenómenos culturales, asegurando el continuo diálogo entre el Estado y las comunidades: “en vez de pedir a las comunidades que se deben ajustar a nuestros modelos de calidad, de costeo, de producción, de oferta, ¿por qué nosotros no nos ajustamos a esa oferta? A esos modelos de producción, a esas maneras de ver de la vida” (Meneses, 2019).

Si bien es responsabilidad del Estado llevar a cabo una política cultural para crear las condiciones que propicien la más amplia participación y compromiso social, más allá de nuestras diversidades sociales, étnicas, políticas, religiosas o de género, a la altura de los retos de la globalización y del intenso intercambio cultural con el mundo; el desarrollo de nuestra cultura nacional y su preservación constituyen una responsabilidad histórica de las actuales generaciones.

## *Las instituciones*

Según Victoria Novelo, existen cincuenta instituciones y dependencias oficiales que tienen alguna intervención en el fomento de artesanías. “Casi todas tienen alguna oficina o departamento de artesanías. También las hay en otras instituciones u organismos descentralizados, sobre todo en áreas rurales” (Novelo, 1976: 47). Esta multiplicación de oficinas indica que, cualquiera que sea el tipo de problemas específicos que les compete resolver, las artesanías y su fomento están siempre presentes, quizá porque en la actualidad se piensa que la promoción de objetos artesanales es una de las maneras de resolverlos, aunque la verdadera problemática se centra en la creación de fuentes de empleo y su protección.

Para el historiador Enrique Florescano, es necesario reconsiderar las funciones de las instituciones oficiales mexicanas por su carácter centralista y nacionalista, ya que “[...] reaccionan con lentitud ante la necesidad de emprender los nuevos procesos de descentralización y se muestran contrarias a las propuestas” (Florescano, 2004: 20). Es así que “[...] mientras los medios de comunicación privados avanzan más en la transmisión de mensajes culturales propios, el sistema educativo y las instituciones de cultura marchan a la zaga” (ibidem: 21), éstas no han sabido responder a las necesidades del sistema educativo ni le han dado presencia a los valores culturales entre la población, quienes en su mayoría reaccionan de manera indiferente o rechazan los programas institucionales.

En consecuencia, los principales desafíos a los que se enfrentan las instituciones encargadas del patrimonio son: “1) la necesidad de incrementar el presupuesto asignado; 2) la urgente creación de medidas fiscales y financieras para obtener más ingresos propios, [...] perciban recursos directos con un sentido de autofinanciamiento; y 3) la necesidad de reorientar las áreas de investigación, conservación, administración y el sector jurídico al cumplimiento prioritario de los programas de inventario, seguridad y mantenimiento del patrimonio” (ibidem: 23-24). Por lo tanto, para que las instituciones puedan hacer uso responsable y ético de los bienes patrimoniales deben enlazarse con las demandas e intereses sociales. Victoria Novelo considera a las siguientes cuatro instituciones promotoras del sector artesanal en nuestro país:

### *Instituto Nacional Indigenista*

El Instituto Nacional Indigenista, fundado por recomendación del Primer Congreso Indigenista Interamericano celebrado en México en 1940, fue la primera institución bajo auspicios que creó una oficina cuya tarea primordial es el fomento artesanal. Además, el Instituto Nacional Indigenista “intervino primero en el proceso de producción, y, ahora, en el de comercialización de los productos de todo un sector de la población mexicana: el indígena” (ibidem: 49).

La ideología de este instituto entendió al indigenismo como “una aculturación planificada por el Gobierno Mexicano” (ibidem: 51). La labor del INI está dirigida a las poblaciones portadoras de una cultura no occidental y hablantes de un idioma indígena, y se caracteriza por considerar “que una agenda oficial tendría la capacidad de discernir lo que era bueno o malo para esa población” (idem).

Los centros coordinadores indigenistas del INI tienen la labor de proteger y promover la comercialización de las artesanías; para tal fin, el instituto fomenta la unión de productores y su vinculación con otras instancias oficiales por medio de la comercialización de sus productos. Estos centros se enfocan a la protección de la producción artesanal del área rural, a través de programas de conservación, protección y fomento con exposiciones, ferias y concursos; con el propósito de preservar lo que el INI “considera positivo de la cultura indígena” (ibidem: 52).

Para que se motive dicha preservación, el instituto brinda asistencia económica a los artesanos por medio de anticipos a cuenta de trabajo, préstamos condicionados, y la compra de aquellos objetos que, según el INI, cubran sus lineamientos de calidad y estética a un precio que el mismo instituto considere justo. Es así, que cuando los trabajos de promoción económica y los programas de desarrollo de la comunidad se incrementaron y dieron frutos, el INI optó por promover e impulsar a las artesanías en una óptica exclusivamente económica, la de su comercialización.

Debido a esta visión mercantil, el INI se convirtió en el tipo de intermediario que desde su origen prometió eliminar: uno sin compromisos con las leyes de trabajo ni con las de seguridad social, “hace de las tejedoras, unas obreras a domicilio” (Novelo, 1976: 57).



### *Fideicomiso para el Fomento de las Artesanías.*

El Fideicomiso para el Fomento de las Artesanías fue creado por el Estado cuando reconoció las potencialidades económicas de las artesanías en la década de los sesenta. Dentro de sus funciones más importantes están: dar crédito a los artesanos, financiar compra-venta de los productos elaborados y semielaborados, promocionar nuevos mercados dentro y fuera del país, otorgar asistencia técnica, administrativa y artística a los artesanos, mejorar los procesos de producción y disminuir sus costos.

### *Instituto Mexicano de Comercio Exterior.*

El IMCE se creó por ley del 30 de diciembre de 1970 y entró en funciones en febrero de 1971, tiene entre sus atribuciones las siguientes: estudiar y proyectar políticas, planes y programas en materia de comercio exterior; “es el instrumento de coordinación de las entidades públicas y privadas que participan en el comercio exterior” (ibidem: 80); realiza promoción de las exportaciones mexicanas en el extranjero mediante difusión y participación en ferias y exposiciones.

Para promover la exportación de artesanías, el IMCE tiene un departamento especial que entró en actividad en 1971, el cual tiene relaciones con los organismos encargados del fomento de artesanías: “Banco Nacional de Fomento Cooperativo (Banfoco), Casas de las Artesanías, Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP), Consejo Nacional de Artesanías, Bazar Sábado, etc., así como con productores y distribuidores” (ibidem: 82).

### *La Secretaria de Trabajadores No Asalariados y Artesanos de la CNOP.*

Esta secretaría se creó en 1947, como parte del Comité de la Confederación Nacional de Organizaciones Populares que a su vez forma parte del sector popular del PRI. La CNOP es uno de los mecanismos políticos del partido para extender su base social, específicamente “a través de la organización de sectores dispersos de la población, en este caso artesanos” (ibidem: 49).

Esta institución apoya a los artesanos buscando lugares donde puedan exhibir su trabajo, gestionando cartas dirigidas a los jefes políticos de los espacios donde desean exponer para que éstos permitan que se lleven a cabo las muestras. “Aquí se exhibe de todo, tanto lo hecho manualmente como productos industriales, lo que el fideicomiso consideraría arte popular y artesanía tradicional, o lo que el INI consideraría adulterado o poco genuino. Se expenden en efecto joyería de fantasía, suéteres, dulces, sarapes, muñecas, etcétera” (ibidem: 90). El interés de esta secretaría no está en las artesanías, sino en los productores. Su objetivo es organizar políticamente a los artesanos; en palabras del secretario: “la CNOF como asociación política no tiene interés en comandarlos económicamente o en ser promotores de una organización de carácter económico” (idem), lo importante es organizar desde el punto de vista político al gremio de los artesanos.

Realmente las instituciones que existen actualmente para proteger a los artesanos y sus derechos, solo se han encargado de generar empleos de maquiladores mayoristas y ganancias para las mismas instituciones; favoreciendo a técnicos, directivos y oficinistas, un sector que no produce y lucra con el trabajo artesanal. Para erradicar este problema y encontrar soluciones favorables para las comunidades indígenas productoras, es necesario contar con un marco jurídico integral para el sector cultural, que establezca los principios y oriente una política de Estado, que garantice el ejercicio pleno del derecho a la cultura, así como el acceso y disfrute de los bienes y servicios, que salvaguarde el patrimonio cultural de la nación, que defina la ubicación y el papel del Estado, sus dependencias y la participación pública, privada y social en el desarrollo y fortalecimiento de nuestra cultura.

Es por ello que a continuación y como parte final de esta investigación, enunciaremos y describiremos algunas propuestas integrales para el sector cultural y la urgente necesidad de los artesanos por defender su trabajo.

#### 4.3 Propuestas

El valor histórico y social de las expresiones culturales se enriquece cuando la norma jurídica apunta a su fortalecimiento y protección. Junto a la educación, la cultura en nuestro país es no solo la mayor de nuestras riquezas, sino un elemento esencial para el desarrollo

de cada comunidad indígena en nuestro país. Nuestra constitución, en el artículo tercero, sitúa a la cultura en el marco de la educación, junto a lo económico y social y le da una presencia relevante en la construcción de la democracia, a la cual define como un sistema de vida que se funda en el constante mejoramiento cultural del pueblo. Señala además que el Estado alentará el fortalecimiento y difusión de la cultura nacional. En consecuencia, es responsabilidad del Estado llevar a cabo una política cultural para crear las condiciones que propicien la más amplia participación y compromiso social, más allá de nuestra diversidad social, étnica, política, religiosa o de género, a la altura de los retos de la globalización y del intenso intercambio cultural con el mundo.

Consideramos que es importante que el sistema educativo se rija bajo principios de interculturalidad: que acepte, enseñe y promueva como igual los valores y conocimientos indígenas; que abarque a la totalidad de la población mexicana y no solo a las comunidades. La educación puede y debe ser una herramienta importante en la sensibilización y concientización de las situaciones y problemáticas a las que se enfrentan las comunidades, un camino de empatía entre ciudadanos de un mismo país. De la misma manera, debe ser instrumento de empoderamiento y expresión de los pueblos.

En los resultados y análisis de la consulta ciudadana realizada en agosto del presente año, se afirma que las escuelas multiculturales para todos los mexicanos son una vía para darle seguimiento a la pluriculturalidad y multilingüismo escrito en el artículo 3o constitucional. Sin embargo, sigue en revisión por el Congreso de la Unión.

Proponemos que la integración de la educación indígena en las escuelas no sólo sea planteada en la enseñanza de las diferentes lenguas, culturas, conocimientos; sino también en la manera misma de educar. El resultado esperado sería formar en los ciudadanos una visión más completa de su país, y así, un interés innato en los acontecimientos dentro de México. Además, es necesario que se realicen cambios en la conceptualización de la autonomía de los pueblos indígenas para que realmente puedan fungir el sistema educativo que más les convenga.

También, el gobierno debe promover la vinculación de estudiantes de nivel superior con las diferentes comunidades indígenas mediante las actividades de servicio social, prácticas académicas y laborales otorgando facilidades económicas y de acceso.

Dentro del plano artístico y cultural, los derechos de autor son un instrumento fundamental en los procesos de creación, innovación tecnológica, desarrollo económico y generación de riqueza de los países, pues además de que el proceso creativo en sí mismo representa una actividad económica, “el efecto económico no solo se deriva de la producción de las obras protegidas por los derechos de autor, sino también de su distribución, adquisición, reproducción y comunicación política, todas ellas tipos de consumo de arte” (Piedras, 2004: 33). Si no se genera una cultura de pago de los derechos de los autores, aunado a una conciencia de Estado y leyes que den protección efectiva al trabajo creativo sin impunidad; los creadores, por falta de incentivos y de seguridad social, podrían terminar por abandonar su país o bien emprender otra profesión, lejos de su actividad creativa fundamental que contribuye de manera importante a la identidad e historia de cada comunidad de México; desalentando por consecuencia la creatividad, la búsqueda de preservación de su cultura y su medio de subsistencia.

Cualquier persona tiene derecho a que se le pague por usar su foto o representación para fines comerciales, lo que sucede en el ámbito de las creaciones de los indígenas es que algunos de ellos no conocen la existencia de los derechos de autor, y si los llegan a conocer, no están informados sobre qué hacer para obtener sus beneficios: “[...] yo me paso haciendo esta flor durante cuarenta años pero un día le voy a poner una rama pero con hojitas entonces el derecho de autor ya no rige porque ya esta cambiado lo que registraste, ese es un problema” (Novelo, 2019). Ahí es donde el Estado debe prestar atención y actuar supliendo la deficiencia educativa que en su oportunidad no les supo o no les quiso impartir y que, en más de quinientos años, no le ha sabido inculcar. La autoridad debe ir a donde está el problema y no cerrar los ojos al mismo para mantenerlo alejado, pues lo único que logra, es postergarlo para que se magnifique, como ha sucedido a lo largo de todos estos años.

Realmente ninguna de las leyes que existen en nuestro país para la protección de los derechos de autor se adecua a las necesidades específicas para la salvaguarda del patrimonio cultural colectivo. La Ley de Derechos de Autor solo protege a los individuos y la Ley de Derechos de Propiedad Intelectual protege la parte del proceso industrial y de elaboración de diseño industrial. Por lo que ninguna de estas opciones protege y regula las

artesanías y diseños textiles indígenas. Lo que se necesita es una iniciativa o una ley que tome como eje central a las comunidades y se enfoque en la protección de los derechos colectivos, ya que los textiles indígenas forman parte de un conocimiento colectivo perteneciente a una comunidad, por lo que no se le puede atribuir a un solo individuo. Es importante que sea una legislación flexible en el entendido de que la cultura no es algo que permanece estático, que se establezca una cláusula en la que se fije una medida para la retribución a las comunidades en caso de plagio.

Lo más importante es tomar en cuenta a las comunidades para establecer las bases de las propuestas o legislaciones que se quieran implementar, que se les incluya para la creación de estas iniciativas y que siempre se considere su opinión, ya que ellos son los que realmente saben a qué problemas se enfrentan.

Existen casos internacionales exitosos al respecto que podrían servirnos de guía para combatir el plagio y apropiación indebida de nuestra cultura. Tal es el Reglamento de Uso del Derecho Colectivo “Mola Kuna Panamá” que tiene como objetivo fijar las condiciones y lineamientos que se deben seguir en el uso del derecho colectivo, hablando de lo que es propiedad común y no de individuos determinados que forman parte de dicho pueblo, como saberes que se han transmitido de generación en generación.

Otro ejemplo es el de la Asociación Femenina para el Desarrollo de Sacatepéquez (AFEDES), grupo de mujeres guatemaltecas que pelean actualmente ante la corte el copyright de sus textiles; buscan una figura legal que proteja del plagio y remunere sus diseños. Desde febrero de 2017 estas mismas mujeres han compartido con chiapanecas, experiencias para la protección y defensa del artesano y la artesanía. Su interés principal recae en el rescate de sus diseños para defender juntas sus conocimientos ancestrales como derechos colectivos de los pueblos indígenas; lo que buscan es conseguir que se haga constitucional el que las mujeres tejedoras son propietarias de sus textiles y de todo lo que están produciendo.

En el ámbito económico, las políticas culturales toman un papel central para normar la relación comercial con otros países, al buscar un equilibrio entre la capacidad de producción nacional y el intercambio cultural con otros países. La fuente inagotable de este sector tiene características peculiares que la distinguen de las demás actividades. Entre ellas, la más

importante es que no necesitan de ningún otro sector, de ningún otro bien, o de ningún otro servicio para desarrollar su actividad creativa; ellos, a partir de la inspiración, generan un producto artístico cultural y éste, a su vez, motiva la inversión de un sinnúmero de empresas generadoras de empleo y una gran riqueza económica para quienes explotan las obras culturales, independientemente de su intrínseco valor espiritual. Con todo, queda claro que los recursos destinados al fomento y cuidado de estos sectores de actividad no representan un gasto, sino una inversión productiva y necesaria para el futuro económico de México.

Se requiere que el Estado cambie los lineamientos de la subvención otorgada a los artesanos mexicanos, para que sea justa y no haga distinciones entre los beneficiarios. Es importante que las distintas marcas, empresas y tiendas nacionales e internacionales generen una relación de comercio justo con los artesanos, horizontal entre los comercializadores y los artesanos y que sean tomados en cuenta como trabajadores con condiciones dignas y una remuneración adecuada y justa por el trabajo que realizan.

Consideramos una posición obligada e impostergable buscar una situación de beneficio económico, social y de respeto a los derechos humanos para los indígenas de la República Mexicana; una labor humanitaria que debe culminar en restituir al indígena su libertad perdida, su posición igualitaria en el mundo, su respeto y dignidad. Este equilibrio puede darse integrándolos al resto de la población de manera urgente, destinando recursos para tal efecto, fusionando los sistemas de justicia indígena y occidental y que de esa manera tengan acceso por igual a todas las ventajas y conocimientos que merecen como cualquier ciudadano productor de nuestro país.

Es por esto que también consideramos pertinente crear un sistema de información y difusión cultural, que tenga como principal función reunir estadísticas confiables y actualizadas de todos los artesanos de nuestro país, que registren el desarrollo y las tendencias de las inversiones culturales, que lleve un registro de las violaciones a sus derechos y brinde seguimiento para su protección. Que además, informe sobre avances tecnológicos utilizables en actividades culturales, legislación e iniciativas que contribuyan a incrementar el financiamiento público y mixto de programas culturales (exención de impuestos, creación de fondos de desarrollo artístico, libre circulación aduanal junto con control de tráfico y pirateo de bienes culturales). No será posible crear un efectivo espacio

cultural mientras no dispongamos de mapas de los movimientos socioculturales de nuestro país, tal es el caso de la propuesta del INAH de crear un Registro de Patrimonio Cultural y Mercado, que desde agosto del 2018 ha prometido iniciar funciones y aún no hay señales de su desarrollo.

Otra forma de proteger y fomentar los diseños textiles indígenas es la creación de asociaciones o colectivos conformados por los artesanos, que, aunque existen varios a lo largo de nuestro país, en el caso particular de Santa María Tlahuitoltepec, no hay ninguna asociación de este tipo. Esto podría ayudar a preservar el conocimiento de su oficio, así como a comercializar de manera más justa sus productos. De igual forma, es una red de protección y de apoyo entre la comunidad.

El Estado debe establecer capacitaciones gratuitas a los artesanos respecto a nuevos procesos de comercialización y producción, esto propiciará expandir su negocio a nuevos mercados y al mejoramiento de la condición productiva y comercial de las y los artesanos. La capacitación puede ser impartida por maestras y maestros artesanos, técnicos, profesionistas, u organizaciones conscientes del quehacer artesanal, que tengan las capacidades y dominio de las diferentes ramas artesanales, gerenciales, administrativas y comerciales.

También, proponemos la creación de un programa que apoye y asista a los artesanos de la tercera edad, ya que muchos de ellos a pesar de su edad y en ocasiones con alguna afectación en su salud, siguen produciendo artesanías y comercializándolas, además resultan de suma importancia para su comunidad porque ellos son los que difunden el conocimiento y tradiciones sobre la creación y desarrollo de las artesanías, a las nuevas generaciones.

Otra medida de divulgación sería brindar información en todas las ferias y exposiciones artesanales que se realizan en el país, la cual deberá ser proporcionada a los asistentes a través de conferencias y medios impresos como folletos explicativos, periódicos o revistas especializados en el tema y en diferentes idiomas y lenguas indígenas, además de que debe utilizar un lenguaje entendible para los asistentes.

Este contenido debe concientizar sobre la importancia e impacto cultural que tienen las artesanías y los artesanos para México, también tocar el tema de la problemática de apropiación indebida por la que se ven amenazados constantemente y como poder coadyuvar a la protección de las artesanías.

#### 4.4 Conclusiones

La visión de la cultura se ha estancado en los estereotipos del siglo pasado. Ciertos sectores siguen pensando que la cultura es solamente un estatus de posicionamiento político, o un privilegio que poseen unos cuantos, o un esquema de movilización social, y otros, menos frívolos, resaltan el valor intrínseco espiritual y le dan una connotación de identidad nacional, pero lo más grave es que se le considere a la cultura como una carga para el Estado, como una materia sin mayor relevancia del sistema educativo; y que, por el interés del control político, se vean obligados a destinar algunos recursos para controlar las inquietudes de los creadores.

Debemos dejar de normalizar las apropiaciones culturales de parte del Estado, que, desde hace años, roba diseños de las distintas comunidades para estamparlos en artículos vendidos en el Museo Nacional de Antropología y aeropuertos, y qué tanto nacionales como extranjeros lo aprueban debido a un amplio desconocimiento de nuestra cultura. El valor de la etiqueta no debería ser el eje fundamental para concebir la indumentaria indígena; esto explica el crecimiento del consumo de marcas extranjeras y un rezagado consumo en productos locales.

Después de esta investigación podemos afirmar que las artesanías, el patrimonio cultural inmaterial y las expresiones culturales de los pueblos originarios de México deben contar con una protección más integral, que no solo provenga del Estado y que se aplique mediante legislaciones. Sino que es indispensable concientizar y educar a los consumidores sobre lo que están adquiriendo, que se valore el trabajo detrás de estas manifestaciones culturales como debería de ser, lo que evitaría el regateo por un trabajo único e irremplazable realizado por artesanos. El desarrollo de nuestra cultura nacional y su preservación, constituyen una responsabilidad histórica de las actuales generaciones,



responsabilidad que no se agota en la indispensable labor creativa. De tal forma, se debe transitar hacia el futuro con una visión y un proyecto de país que contribuya al pleno desarrollo de las potencialidades y expectativas de los mexicanos. Ese es el reto para el mundo y el desafío para nuestro país.

Más que proteger las artesanías para evitar el plagio y la apropiación, el Estado tiene que velar primero por la calidad de vida de los artesanos y por el de las personas de su comunidad, ya que muchos de ellos viven en zonas donde algunos recursos básicos, como el agua, son escasos. Las artesanías mexicanas representan un enorme valor cultural para el país, pero ellas existen y son reconocidas gracias a la dedicación y esfuerzo de los artesanos; retomando las ideas de Victoria Novelo, no podemos olvidar que cualquier política debe procurar en primer lugar, el estado de bienestar del individuo y no del producto.

Si las grandes marcas de moda y diseñadores quieren emprender un proyecto que implique los bordados mexicanos, entonces deben involucrarse más con los artesanos de la comunidad de la cual van a tomar los diseños. No dejemos de lado los comentarios de la antropóloga Elena Aguilar, sobre el gusto que hubieran tenido los artesanos de Santa María Tlahuitoltepec de poder colaborar e introducir a su cultura a la diseñadora francesa Isabel Marant, más allá de una remuneración económica. Inclusive no olvidemos ideales del artesano Oreste Martínez de poder trabajar en conjunto con algún diseñador para poder hacer crecer su marca y aprender nuevas técnicas de corte y confección para sus prendas. La colaboración y reconocimiento siempre será la mejor opción de retribución para los autores originales de las artesanías: los artesanos mexicanos; además que dejará una ganancia equitativa para ambas partes, esto sin haber lucrado con la cultura de la comunidad.

Otro punto importante es humanizar a la artesanía, dejarla de ver como un simple objeto decorativo y empezar a verla como el resultado del esfuerzo, tiempo y creatividad de una persona y/o comunidad. Dejar de poner en un altar la etiqueta y valorizar la utilidad e historia de una prenda, construir nuestra identidad individual con elementos que conforman la cultura del país, siempre respetando las creencias de las diferentes comunidades; es la sensibilización de la población el principio para que las cosas cambien, y ésta depende en

gran medida de la información, de la educación. Cuando seamos conscientes del valor humano que tienen las artesanías y de su gran aportación a la cultura y tradiciones de México, se tendrán las herramientas suficientes para defender, darle reconocimiento y hacer valer el respeto que estas se merecen.

El uso de las TIC's ha y sigue siendo importante en el caso de la apropiación cultural, sobre todo en el caso de plagio de la blusa tradicional de Santa María Tlahuitoltepec, desde la denuncia en Facebook por la actual senadora Susana Harp, la venta en línea de la ropa de Isabel Marant, hasta la publicidad que usa el artesano Oreste Martínez para su marca. Las TIC's deben usarse como una herramienta para fomentar la participación y el conocimiento sobre estos temas; en el contexto actual se tiene el poder de conocer distintas opiniones y ser críticos con ellas, ayudan a formar nuestra visión de los acontecimientos y compartirlos de manera responsable.

La apropiación cultural indebida, más que una situación económica, debe considerarse como una problemática social, la cual necesita de leyes y principios éticos propios, así como organismos que se dediquen exclusivamente a atender las exigencias que conlleva esta disyuntiva. Aunque al plagio de los textiles indígenas y cualquier obra artesanal solo se le han atribuido repercusiones en el desarrollo económico y la política mexicana, el sector más perjudicado ha sido el de los artesanos, ya que influye directamente en su modo de vida y afecta a su cultura. Debemos avanzar hacia una mejor comprensión de este fenómeno, especialmente en países como México, con infinito potencial creativo, talento e imaginación, que muestran una voluntad decidida de desarrollar su inmensa riqueza cultural e integrarse plenamente en la economía de la cultura.

## Bibliografía

Acevedo, M.L. (s.f.). La Vestimenta Oaxaqueña. Primera parte. *A contragolpe Letras*. Año 3. Núm. 28. México: Carteles Editores. 11-13. Disponible en: <http://online.fliphtml5.com/nrfrbu/bj/#p=12>. Fecha de consulta: 25 de febrero de 2019.

Acevedo, M.L. (s.f.). Los Mixes. La gente del idioma de la montaña. *A contragolpe Letras*. Año 2. Núm. 15. México: Carteles Editores.16-18.

Acevedo, M.L. (2019). *Comunicación personal* el 2 de febrero de 2019 en Oaxaca, Oaxaca. México.

Aguilar, Y.E. (2019). *Comunicación personal* el 7 de febrero de 2019 en San Pedro y San Pablo Ayutla, Oaxaca. México.

Autoridad Comunitaria de Santa María Tlahuitoltepec Mixe (2015). *Tlahuitoltepec: Contra la apropiación de un patrimonio cultural*. Oaxaca.

Barthes, R. (2003). *El sistema de la moda y otros escritos*. Buenos Aires: Paidós.

Bonafina, T. (julio 2015). “Lo austero. ¿Un estilo de vida o una tendencia en la moda?” En: *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (Ensayos)*. Interpretando el pensamiento de diseño del siglo XXI. Año XVI. Núm. 53. Argentina: Universidad de Palermo. 37-45.

Bourdieu, P. (1999). *La Distinción, criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus. p 594.

Bourdieu, P. (2011). *El sentido social del gusto*. Buenos Aires: Siglo XXI. p 288.

Bustamante, E. (2011). *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*. España: Editorial Gedisa. p 190.

Castañeda, M.J. (julio 2016). *Arte textil y bordados indígenas de México, una guía para distinguir los distintos tipos*. Disponible en: <https://masdemx.com/2016/07/arte-textil-y-bordados-indigenas-de-mexico-una-guia-para-distinguir-los-distintos-tipos/>. Fecha de consulta: 8 noviembre de 2018.

Castillo, M. del C., (2017). "La blusa de Tlahuitoltepec Xaam nixuy es identidad". En: Galicia, E.; Quiles F.; (et. al.) *Acervo mexicano. Legado de Culturas*. México: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. 170-191.

Comisión Nacional de los Derechos Humanos (2019). *Recomendación General No. 35 Sobre la protección del patrimonio cultural de los pueblos y comunidades indígenas de la República Mexicana*. México: CNDH. p 108. Disponible en: [https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/Recomendaciones/generales/RecGral\\_035.pdf](https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/Recomendaciones/generales/RecGral_035.pdf). Fecha de consulta: 23 de octubre de 2019.

De Andrés del Campo, S. (2008). Moda y lógica posmoderna (La moda viste a la modernidad y desviste a la posmodernidad. En: *Grupo de Análisis de la Comunicación. Moda, comunicación y sociedad*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. 137-152.

Diario Oficial de la Federación (2016). "Fracción adicionada DOF 30-04-2009. Reformada DOF 29-01-2016" en: *Artículo 73*, México, p.10 Disponible: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Constitucion/articulos/73.pdf> Fecha de consulta: 5 de noviembre de 2019

Diario Oficial de la Federación (2017). *Ley General de Cultura y Derechos Culturales*. México. p. 10. Disponible en: [diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGCDC\\_190617.pdf](http://diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGCDC_190617.pdf). Fecha de consulta: 5 de noviembre de 2019.

Doria, P. (julio 2015). "Poética, e inspiración en Diseño de Indumentaria". En: *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (Ensayos). Interpretando el pensamiento de diseño del siglo XXI*. Año XVI. Núm. 53. Argentina: Universidad de Palermo. 71-77.

Eguizábal, R. (2008). "Prólogo". En: *Grupo de Análisis de la Comunicación. Moda, comunicación y sociedad*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. 7-8.

Fiorini, V. (julio 2015). Tendencias de consumo, innovación e identidad en la moda: Transformaciones en la enseñanza del diseño latinoamericano. En: *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (Ensayos). Interpretando el pensamiento de diseño del siglo XXI*. Año XVI. Núm. 53. Argentina: Universidad de Palermo. 79-89.

Flores, A. (2019). *Comunicación personal* el 6 de febrero de 2019 en San Pedro y San Pablo Ayutla, Oaxaca. México.

Florescano. E. (coord.) (2004). *El patrimonio nacional de México I*. México: FCE, CONACULTA. p 336.

Foucault, M. (2005). *Historia de la sexualidad*. México: Siglo XXI. p 169.

G. Aguiar, J.C. (21 septiembre 2016 y 17 mayo 2017). *El estilo de México: ¿a quién pertenece la cultura popular?* Disponible en: Aristegui Noticias. Fecha de consulta: 6 de noviembre de 2018.

García, N. (1993) "El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica". En: García Canclini, Néstor (coord.): *El consumo cultural en México*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. 15-42.

García, N. (1999). *Las industrias culturales en la investigación latinoamericana*. México: Editorial Grijalbo. p 398.

García, N. (1984). *Las culturas populares en el capitalismo*. México: Nueva Imagen. p 224.

García, N. & Piedras, E. (2006). *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. México: Siglo XXI FLACSO. p 128.

Gobierno de México. (2019). *Proceso de diálogo y consulta sobre la Reforma Indígena y Afromexicana. Entrega de acuerdos en el marco del "Día Internacional de los Pueblos Indígenas"* 9 de agosto de 2019. México. p 23. Disponible en: [www.gob.mx/cms/upload/attachment/file/484099/proceso-diálogo-consulta-sobre-reforma-indígena.pdf](http://www.gob.mx/cms/upload/attachment/file/484099/proceso-diálogo-consulta-sobre-reforma-indígena.pdf). Fecha de consulta: 4 noviembre de 2019.

Harvey, D. (2007). *El nuevo imperialismo*. Madrid: Ediciones Akal. p 170.

Harvey, D. (2005). *El "nuevo" imperialismo: acumulación por desposesión*. Argentina: CLACSO. p 31.

Harvey, D. (2010). *El enigma del capital*. España: Ediciones Akal. p 239.

Hernández-Vargas, S. (2015) "Primavera-verano: sobre el plagio de Isabel Marant", *Tierra Adentro*. Disponible en: <http://www.tierraadentro.cultura.gob.mx/primavera-verano-sobre-elplagio-de-isabel-marant/>. Fecha de consulta: 22 de septiembre de 2019.

*Impacto*. Disponible en: [impacto.org.mx](http://impacto.org.mx)

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2014), *Estadísticas a propósito de la Industria de la moda del vestido, el calzado y la joyería*. México: INEGI. p 29. Disponible en: <http://internet.contenidos.inegi.org.mx>. Fecha de consulta: 6 noviembre de 2018.

Lipovetsky, G. (1987). *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama. p 324.

Loureiro, I. [Fund. Rosa Luxemburgo São Paulo Buenos Aires]. (22 mayo de 2018). La acumulación del capital - videoclase 02 (subtítulos en español) [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=D44mGD5oXT8&list=PLhStivr5YtdbNoaRwzxBgHSjgmXkDJyLq&index=2&t=0s>. Fecha de consulta: 19 agosto 2019.

Luxemburgo, R. (1967). *La acumulación del capital*. México: Grijalbo. p 454.

Marceleño, I.; Ariza, S. (enero-diciembre 2017). *El tejido textil tarahumara. Hilos, cobija, y faja*. Chihuahua Hoy [en línea]. Año 15. Núm. 15. 180-182. Disponible en: <http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/ChihuahuaHoy/article/view/2039/1786>. Fecha de consulta: 25 de noviembre de 2018.

Martínez, O. (2019). *Comunicación personal* el 5 de febrero de 2019 en Santa María Tlahuitoltepec, Oaxaca. México.

Meneses, H.M. (2019). *Comunicación personal* el 4 de febrero de 2019 en Santa María Tlahuitoltepec, Oaxaca, México.

Nannini, V. (2016). *Moda, comunicación y Poder: ¿Qué vestimos, por qué y qué queremos decir con eso?* Argentina: Universidad Nacional de Rosario. p 52.

Novelo, V. (1976). *Artesanías y capitalismo en México*. México. INAH. Centro de Investigaciones Superiores. p 270.

Novelo, V. (2019). *Comunicación personal* el 5 de septiembre de 2019 en Tlalpan, Ciudad de México, México.

Piedras, E., (2004). *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*. México: CONACULTA. p 232.

Quiroz, L.M. (2012). *Memoria descriptiva de la técnica de bordado textil tradicional de San Pablo Tijaltepec, Tlaxiaco, Oaxaca*. Oaxaca: Universidad Tecnológica de la Mixteca. p 158.

Rivière, M. (1977). *La moda. ¿Comunicación o incomunicación?* Barcelona: Editorial Gustavo Gili. p 185.

Romero, G. (2018). *México bordado. De la tradición al punto contemporáneo*. España: Editorial Gustavo Gili. p 191.

Ruiz, E. (2014). *Los blogs de moda: del periodismo al marketing. Análisis de las interacciones entre los egoblogs, los blogs periodísticos y las industrias del sector*. España: Universidad Autónoma de Barcelona. 25 - 74. Disponible en: <https://www.tesisenred.net/handle/10803/362641#page=1>. Fecha de consulta: 28 octubre de 2018.

Sales, F. J. (2013). *Las artesanías en México. Situación actual y retos*. México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. p 114.

Secretaria de Gobernación & Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas. (2019). *Principios y criterios para la reforma constitucional y legal sobre derechos de los pueblos indígenas y afroamericanos*. México. p 95. Disponible en: [www.inpi.gob.mx/gobmx-2019/INPI-principios-y-criterios-para-la-reforma-constitucional.pdf](http://www.inpi.gob.mx/gobmx-2019/INPI-principios-y-criterios-para-la-reforma-constitucional.pdf). Fecha de consulta: 4 noviembre de 2018.

Sigüenza, C. (2019). *Comunicación personal* el 8 de febrero de 2019 en San Pedro y San Pablo Ayutla, Oaxaca. México.

Sigüenza, L. F. (2019). *Comunicación personal* el 2 de febrero de 2019 en Oaxaca, Oaxaca. México.

Simmel, G. (2008). "Filosofía de la moda". Casimiro. Madrid. Citado en: De Simone, L. (2009). *La moda: Hacia una comprensión de la sociedad de consumo en la sociedad moderna*. Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/277955845\\_Georg\\_Simmel\\_y\\_La\\_Moda\\_Hacia\\_una\\_comprension\\_de\\_la\\_Sociedad\\_de\\_Consumo\\_en\\_la\\_Ciudad](https://www.researchgate.net/publication/277955845_Georg_Simmel_y_La_Moda_Hacia_una_comprension_de_la_Sociedad_de_Consumo_en_la_Ciudad). Fecha de consulta: 13 octubre de 2018.

Tylor, E., (1920). *Primitive culture. Research into the development mythology, philosophy, religion, language, art and custom*. Londres: Murray. p 524. Disponible en: <https://archive.org/details/primitivculture01tylouoft/page/n7>. Fecha de consulta: 29 mayo de 2019.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (1982). *Conferencia mundial sobre las políticas públicas. Informe final*. México: UNESCO. p 236. Disponible en: [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000052505\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000052505_spa). Fecha de consulta: 23 mayo de 2019.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2003). *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial 2003*. Francia. Disponible en: [http://portal.unesco.org/es/ev.phpRL\\_ID=17716&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.phpRL_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html) . Fecha de consulta: 30 de octubre de 2019.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2007). *Statistics on cultural industries: framework for the elaboration of national data capacity building projects*. Bangkok: UNESCO. p 128. Disponible en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000154956>. Fecha de consulta: 23 mayo de 2019.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2009). *Marco de Estadísticas culturales (MEC) de la UNESCO 2009*. Canadá: UNESCO. p 98. Disponible en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000191063>. Fecha de consulta: 23 mayo de 2019.

Villanueva, F. (2018). *E'px Yupkp y'ää y' ayuujk/Voces del Zempoaltépetl*. México: Tiempo Imaginario A.C. p 131.



Villanueva, F. *Ayuujk Jä'äy Jyanstsyjä' äyën. Creencias Mixes.* p 80.




Viñamata, C., (2006). *Indigenismo y propiedad intelectual.* México: Editorial Porrúa. p 206.





Yanina, N. (2005). *Moda y Comunicación.* Buenos Aires: Universidad Abierta Interamericana. p 97.






Zallo R. (2011). *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital.* España: Editorial Gedisa. p 416.

## Anexos

Anexo 1. Tabla 2. Bordados y sus características.

UBICACIÓN	ARTE TEXTIL	CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNIDAD	CARACTERÍSTICAS DEL BORDADO	
Oaxaca	Mazateco	El pueblo Mazateca es una comunidad indígena que habita en la Sierra Mazateca en el estado de Oaxaca, así como en algunas comunidades en los estados de Puebla y Veracruz. El significado de "Mazateca" se traduce como "gente del venado," derivada de la palabra náhuatl Mazatl que significa venado.	<p>Telas de algodón con dibujos bordados en negro, azul claro o rojo.</p> <p>Normalmente las figuras tienden a ser pájaros, flores, conejos y árboles con muchas hojas, en punto zurcido, plumado y relieve.</p> <p>En ocasiones los bordados tienen apliques horizontales de cintas de colores y encaje.</p> <p>El bordado consiste en "dibujar" con hilos y agujas sobre una tela, y se van intercalando entre la manta y las franjas de listón, satín y encaje.</p>	
	Chinanteco	Los chiantecos se denominan a sí mismos tsa ju jmi' que significa "gente de palabra antigua". La región chinanteca se encuentra a 100km de la ciudad de Oaxaca y se extiende a lo largo de 17 municipios en la parte noroeste del estado. Tiene 224,000 habitantes aprox.	<p>El bordado Chinanteco está cargado de colores vivos y adornos de listones y encaje.</p> <p>Las tejedoras y bordadoras perfeccionan la cosmovisión de su cultura, uniendo con franjas bordadas en plumado, los símbolos del origen del mundo, la vida y la muerte.</p> <p>Está confeccionado en gasa de algodón, en telar de correas, con dibujos geométricos y de espirales en punto corrido en algodón de colores; incluyendo con pájaros de dos cabezas.</p> <p>En algunas partes en que se tiñe la tela con color púrpura.</p>	
	Mixe	El pueblo mixe habita en la parte alta de la Sierra Mixe conformada por 19 municipios al noroeste del estado de Oaxaca, también existen asentamientos de esta comunidad en El Salvador. La palabra mixe es una derivación de mixy que significa "hombre", pero los mixes se denominan a sí mismos Ayuukjä'äy que significa "pueblo de la lengua florida".	<p>El arte textil mixe se le conoce por sus huipiles, fajas y rebozos, los cuales tienen brocados de color negro y rojo.</p> <p>Los bordados se tejen a mano, se enrollan por encima de otra hecha con palma o soyate.</p> <p>Los elementos del maguey, el sol, las veredas y los ríos siempre estarán presentes.</p>	
	Zapoteco	La población zapoteca se ubica principalmente en el estado de Oaxaca, con una población de 800.000 integrantes de la comunidad, los cuales hablan zapoteco y español. El origen de la denominación zapoteca, fue otorgado por los mexicas que los conquistaron, el nombre original de este pueblo es tzapotécah que viene que significa "habitantes del país del zapot"	<p>Conocido como "hazme si puedes", el cual tiene una puntada fruncida con pliegues en la prenda de algodón.</p> <p>Lo característico de este bordado es que los pliegues conforman flores de colores que recuerdan a la vegetación de la región.</p> <p>Otro tipo de arte textil zapoteco, es el del Istmo de Tehuantepec. Aquí, las mujeres de esta comunidad realizan sus prendas con terciopelo oscuro, grandes flores coloridas y un borde de seda plisada en la orilla de la falda.</p> <p>De ahí nace el traje conocido como el de las "tehuanas".</p>	
Yucatán	Maya	El pueblo maya se ubica en los estados de Yucatán, Quintana Roo, Chiapas, Campeche y Tabasco y se ubican en otros países como Belice, Guatemala, El Salvador y Honduras. En México existen 1,475,575 habitantes los cuales hablan maya y español. La palabra maya viene del maya ancestral formado por ma: familia paterlineal y ya: escogidos por Dios por lo que maya significa "familia de Dios" o "el pueblo escogido por Dios".	<p>Sus diseños están basados en símbolos mágicos-religiosos propios de cada cosmovisión e iconografía, de la identidad comunitaria y sus orígenes geoculturales.</p> <p>Con el paso del tiempo la técnica del telar se ha ido perfeccionando y, paulatinamente, se incluyó el uso de pieles de animales, plumas, algodón, entre otros más.</p> <p>Las mujeres mayas consideran el trabajo textil como una "labor divina" relacionada con las enseñanzas de Ixchel, diosa de la luna y esposa del sol, considerada la patrona del hilado.</p>	

UBICACIÓN	ARTE TEXTIL	CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNIDAD	CARACTERÍSTICAS DEL BORDADO	
Michocán	Purépechas	La comunidad purépecha se ubica en 22 municipios el estado de Michoacán, con una población de 141,177 habitantes, los cuales son hablantes del purépecha. P'orhépecho o Purhépecheru significa "lugar donde viven los p'urhé".	Bordados y lienzos realizados en el telar de pedal de la época colonial en tela de lana o algodón en punto de cruz, a la que llaman labrado y, con dibujos de grecas, flores y animales.  En la actualidad, se han rescatado métodos tradicionales, como con una ornamentación de plumaje incrustado en el rapacejo, desarrollando nuevas propuestas con bordados de historias costumbristas.	
	Otomí	La comunidad otomí, actualmente ocupa un territorio fragmentado del país que se extiende por los estados de Hidalgo, Querétaro, Guanajuato, Michoacán, Estado de México, Tlaxcala, Puebla y Veracruz, pero la mayor concentración de la población se encuentra en Hidalgo, Querétaro y Michoacán. La población es de 646,875 habitantes. El término Otomí es de origen náhuatl que deriva de otómitl que significa "Flechador de pájaros", sin embargo ellos mismos se llaman hñāñu que significa "los que hablan otomí".	A los tejedores y bordadores otomíes, la realización de un tapete o un rebozo puede tomarles alrededor de dos meses, y utilizan un aproximado de 200 hilos. Por tanto, tienen que aprender a contar y a medir distancias entre hilos y figuras para poder bordar o tejer.  Los principales colores que usan son el blanco, azul, amarillo, negro, con líneas verdes, anaranjadas y amarillas.  Los bordados son, principalmente flores y animales.	
San Luis Potosí	Teneek	La mayor parte de la comunidad teneek habita en 18 municipios de la Huasteca potosina, al oriente de San Luis Potosí con 226, 447 habitantes. Su lengua es el huasteco. Los huastecos se llaman a sí mismos teneek que significa "los que viven en el campo con su idioma, sangre y comparten la idea".	Utilizan la técnica del punto de cruz.  El simbolismo, así como cosmogonía de sus bordados; se relacionan principalmente con el dhayemlaab, que es el mapa cosmológico del pueblo.  Los bordados tienden a ser el árbol de la vida, animales y cruces.  En las blusas acostumbran llevar el quexquémil, una prenda singular que consta de dos rectángulos de tela cosidos en forma especial para formar una capa cerrada con bordados con estambres de colores.	
Veracruz	Totonaca	La comunidad totonaca se ubican en los estados de Veracruz, Puebla e Hidalgo. En náhuatl el nombre proviene de totonacatl que refiere a los habitantes de Totonacapan y también se piensa que el término totonaco significa "hombre de tierra caliente". Los conquistadores mexicas les otorgaron este nombre.	Gran parte del bordado totonaca se hace en telar de cintura, y sólo algunas veces con telas industrializadas  Utilizan el hilo de algodón o de acrilán, y tejen con la técnica de confitillo, cuyo terminado final queda con una textura afelpada.  Sus bordados muestran la creación del mundo, el simbolismo del tiempo, la vida comunal y el universo.	

UBICACIÓN	ARTE TEXTIL	CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNIDAD	CARACTERÍSTICAS DEL BORDADO	
Edo. de México	Mazahua	<p>El termino mazahua es un etnónimo náhuatl que significa gente del venado.</p> <p>Se encuentran asentados en la región noroccidental y centro-occidental del Estado de México, mayoritariamente en 13 municipios rurales: Almoloya de Juárez, Atlacomulco, Donato Guerra, El Oro, Ixtapan del Oro, Ixtlahuaca, Jocotitlán, San Felipe del Progreso, San José del Rincón, Temascalcingo, Valle de Bravo, Villa de Allende y Villa Victoria.</p> <p>Cuentan con una población total de 326,660 habitantes.</p>	<p>Las mujeres asumen el bordar como parte de su vida. De este modo, el arte textil se conecta con la identidad femenina en función de la economía familiar.</p> <p>El arte textil mazahua posee simbolismos de la esperanza, amor, hambre y muerte. Se dice inclusive que son los estados de ánimo quienes controlan al que teje o porta la vestimenta.</p> <p>Es una obra de arte elaborada con hilo 100 por ciento de algodón y tejidos en telar de pedal, y los muy finos en telar de cintura.</p>	
Guerrero	Amuzgo	<p>La palabra amuzgos significa 'entre cerros'</p> <p>Los Amuzgos se encuentran en los estados de Guerrero y de Oaxaca. En el estado de Guerrero se sitúan en la región sureste en los pueblos de Xochistlahuaca, Tlacoachistlahuaca, Cosuyoapan, Zacoalpa, Chochoapan, Huehuetono, El Pájaro, Las Minas, Cerro Bronco, Guadalupe Victoria, Guajantepec y Pueblo Nuevo.</p> <p>Tienen una población total de 50,635 habitantes.</p>	<p>Aquí, el tejido requiere de seguir la costumbre del cultivo del algodón, la fabricación del propio hilo para tejer, montar el telar y crear, meses después, una pieza como un rebozo o huipil.</p> <p>Caracterizados por brocados tradicionales en forma de mariposas, figuras geométricas yuxtapuestas que simbolizan caminos angostos, y flores de la milpa como homenaje al maíz.</p>	
Chiapas	Tsotsil	<p>El vocablo tzotzil deriva del sots'il winik, que significa hombre murciélago.</p> <p>Los tzotziles (tsotsiles) y los tzeltales (tseltales) son dos grupos mayenses emparentados entre sí que, junto con los tojolabales, habitan la región de los Altos de Chiapas y algunos municipios del área colindante.</p> <p>Tienen una población total de 226,681 habitantes.</p>	<p>El arte textil Tsotsil destaca por los tejidos en telar de cintura con diseños tradicionales mayas sobre huipiles, camisas y servilletas.</p> <p>Los textiles que más han sobresalido son las chamarras de Lana de Chamula y los ponchos de hilo bordados de Zinacantán.</p> <p>El color y creatividad del bordado Tsotsil es varía dependiendo la región.</p>	
	Tzeltal	<p>Los tzetzales se llaman asimismos winik atel, que significa 'hombres trabajadores'.</p> <p>El tradicional territorio tzetzal se encuentra al noreste y sureste de la ciudad de San Cristóbal y abarca los municipios de Amatenango del Valle, San Juan Cancuc, Chanal, Oxchuc, Tenejapa y Altamirano, Sitalá, Socoltenango, Yajalón, Chilón, Ocosingo, y Aguacatenango. A partir de los años cincuenta, junto con los tzotziles expandieron su territorio hacia la Selva Lacandona.</p> <p>Tienen una población total de 320,000 habitantes.</p>	<p>Las comunidades de Tzeltal son conocidas por sus bordados en blusas blancas, vestidos, camisones, manteles y pantalones.</p> <p>Las mujeres bordadoras y tejedoras realizan sus obras en telares de cintura, dando vida a una textura de algodón –casi transparente– y formas de rombos que representan el cosmos, e iconos de animales cósmicos como la serpiente, sapo, alacrán, entre otros.</p> <p>El arte textil tzeltal posee colores exuberantes, en especial cuando decoran las rosas de color fucsia y rojo.</p>	
	Zoque	<p>Los "zoques" también conocidos como "tzoque, soque o zoc" se llaman asimismos "O de püt" que significa gente de idioma o palabra de hombre.</p> <p>El actual territorio de los zoques comprende tres zonas ubicadas en el estado de Chiapas: la vertiente del Golfo, la Sierra y la Depresión Central.</p> <p>Tienen una población total de 86,589 habitantes.</p>	<p>Los bordados tienden a ser de color negro y con figuras que recuerdan a los orígenes de los tiempos.</p> <p>Utilizan la renkeasa, una herramienta de madera en forma de mesa con cuatro patas en donde colocan la manta blanca y hacen el bordado en movimiento; y la takeasa, herramienta similar a la renkeasa pero sin las patas, quedando sólo un cuadro que se colocan sobre las piernas.</p>	

UBICACIÓN	ARTE TEXTIL	CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNIDAD	CARACTERÍSTICAS DEL BORDADO
Chihuahua	Ráramuri	<p>La palabra rarámuri significa corredores a pie.</p> <p>Habitan la parte de la Sierra Madre Occidental que atraviesa el estado de Chihuahua y el suroeste de Durango y Sonora. Comparten este territorio con los tepehuanes, pimas, guarojíos y mestizos. De los grupos originarios de la región es el más numeroso y habita un espacio más amplio que los demás, por lo que a su territorio también se le denomina sierra Tarahumara.</p> <p>Tienen una población total de 121,835 habitantes.</p>	<p>Varios de los textiles rarámuri están tejidos en dos tonalidades naturales. se utiliza el material original de la lana de los borregos que se tienen en crianza, en negro y blanco.</p> <p>El arte textil de los rarámuri se caracteriza por contar el principio de los tiempos, cómo el diablo tenía en su piel todos los dibujos del universo, el estilo de vida de su pueblo, relatos que entretejen la fascinante pasión de quien borda.</p> <p>Las iconografías más emblemáticas del arte textil rarámuri son la espiral, que representa el movimiento circular del agua en el cerro; y la greca escalonada, el cual funge como eje principal asociado con la serpiente, el agua y la lluvia, el remolino, el viento y las plumas, el caracol marino y la tierra.</p>
Nayarit	Waxáricas	<p>Los integrantes de la etnia llaman a su idioma: tewi niukiyari, que significa "palabras de la gente".</p> <p>Los huicholes son parte del pueblo mexicano. Viven actualmente en el norte de Jalisco, parte de Nayarit, Zacatecas y Durango, arriba de la sierra que atraviesa estos estados; viven bastante aislados. Conservan hasta ahora costumbres muy antiguas, son una de las etnias que ha logrado permanecer "pura" desde tiempos de la conquista española.</p> <p>Tienen una población total d d 43,929 habitantes.</p>	<p>Los artistas textiles wixárikas son considerados las más hábiles en la república, elaborando bordados con hilos de colores para representar aves, venados, flores geométricas, maíz, peyote, fuego y el sol.</p> <p>A diferencia de otros artes textiles del país, los huicholes han conservado la naturaleza de sus raíces. Sólo de esa manera reflejan la tradición y cultura a través de la chaquira, hilo y estambre con peculiar belleza.</p> <p>Regularmente representan al venado, dios del Fuego y del Viento en su mitología.</p>

## Anexo 2. Pronunciamento de Santa María Tlahuitoltepec.



AUTORIDAD COMUNITARIA  
SANTA MARIA TLAHUITOLTEPEC MIXE

---

---

### TLAHUITOLTEPEC: CONTRA LA APROPIACIÓN DE UN PATRIMONIO CULTURAL.

Santa María Tlahuitoltepec Mixe, es una comunidad indígena que concibe el mundo como el espacio donde se desarrolla lo colectivo, de ahí que expresar su *estar* en el mundo sea un vínculo respetuoso que se presenta en el día a día de sus habitantes a través de la lengua, de las prácticas sociales como el tequio o el servicio comunitario, la cosmovisión, la música y la vestimenta. En este sentido, la *Blusa de Tlahuitoltepec xaamnixuy*, constituye un elemento que convierte la manufactura artesanal en una actividad socioeconómica -porque su producción es para auto sustento-, en una actividad sociocultural -porque preserva la tradición-, pero sobre todo la *materializa bio-culturalmente* porque Tlahuitoltepec es una entidad viviente, porque no es pasado, porque no es museo, porque no es folclor, sino portador de cultura que hace referencia a la biodiversidad de la región. Asimismo, Tlahuitoltepec es una comunidad orgullosa de compartir su inspiración en el arte, la música y la danza -como las giras de la Banda Municipal; de la Banda de Música del Centro de Capacitación Musical y Desarrollo de la Cultura Mixe (CECAM) en los Estados Unidos de Norteamérica, en 1987, en Basilea, Suiza, en el 2007; de la Banda-RM en Perm, Rusia, en 2012 o del grupo de danza Xétumpè en Rio de Janeiro, Brasil, 2014-, y en la construcción del reconocimiento de los derechos de los pueblos indígenas.

Isabel Marant, es una Marca y el nombre de una diseñadora francesa cuya línea "Étoile" primavera-verano 2015 incluye una colección que tiene patrones gráficos tomados indiscutiblemente de la "Blusa de Tlahuitoltepec" ya que no da los créditos correspondientes, privatizando, de esta manera, la propiedad colectiva, esto es "plagió el diseño".

La apropiación de esta expresión de identidad de un pueblo indígena, seguramente no es el único caso, por parte de Isabel Marant atenta directamente contra la comunidad porque con su acto "desnuda" la identidad de Tlahuitoltepec. Sin embargo, esta afrenta es más grave de lo que pudo haber imaginado la diseñadora porque, como señala la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en el artículo 2º, la Nación tiene una composición pluricultural fundada en los pueblos indígenas, es decir, perder un aspecto esencial de la cultura vulnera y reduce la diversidad cultural del país, contraviniendo lo establecido en la Carta Magna y los demás Instrumentos Internacionales en la materia que suscribe México, como el artículo 1.2 del Convenio 169 Sobre Pueblos Indígenas y Tribales en Países Independientes de la Organización Internacional del Trabajo o el 3.3 de la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos indígenas.

Por eso, la Autoridad Comunitaria de Santa María Tlahuitoltepec, asumiendo la responsabilidad otorgada por la Asamblea, alza la voz contra Isabel Marant, contra toda institución o empresa pública, privada, nacional o internacional, que con fines de lucro se apropia de los elementos culturales de Tlahuitoltepec, así como de todas las manifestaciones que identifican y caracterizan a los pueblos indígenas.

Por lo anterior hacemos el siguiente:



AUTORIDAD COMUNITARIA  
SANTA MARÍA TLAHUITOLTEPEC

---

---

## PRONUNCIAMIENTO

Tlahuitoltepec, es una comunidad que cuestiona la temporalidad, se mueve en otro tiempo y espacio, altera la gravedad para abrir al *ayuuik jōō* y la posibilidad de traducir su entorno en líneas y colores. La Blusa de Tlahuitoltepec *extiende* figuras ilusorias que refieren al equilibrio de la lengua ayuuik. *Recoge* excepcionalmente, como un mapa, una forma de relacionarse con el mundo. *Recrea* lo cotidiano. *Preside* lo colectivo. *Inaugura* la comunidad. *Salvaguarda* el patrimonio material e inmaterial de la comunidad y es *testigo* de la continuidad de sus prácticas culturales esenciales. La ***BLUSA DE TLAHUITOLTEPEC ES IDENTIDAD.***

Tlahuitoltepec no justifica la probable afinidad de Isabel Marant con la "Blusa de Tlahuitoltepec", más bien la considera una apropiación de un patrimonio cultural con fines comerciales. Una apropiación que atenta contra la idea de lo colectivo, una apropiación que no es un recurso creativo llamado inspiración o influencia, porque ignora que las dimensiones sociales y culturales de la "Blusa de Tlahuitoltepec" prevalecen sobre las económicas, ocasionando perjuicios contra las comunidades indígenas en general, contra el diseño, contra la originalidad de la industria de la moda.

Se hace un llamado a Isabel Marant, al Estado Mexicano, a las Autoridades locales, a los sectores públicos y privados, a los pueblos indígenas, a la sociedad civil a:

### PRIMERO

- Reconocer que la "Blusa de Tlahuitoltepec" y los "Elementos y patrones Gráficos" que la componen, representan la identidad de la comunidad.
- La "Blusa de Tlahuitoltepec" así como sus "Elementos y patrones gráficos", no restringen su variación en cuanto diseño, confección, uso o aplicación, pues ilustra el movimiento de la tradición viva. De acuerdo a la interpretación indígena de la propiedad, es un patrimonio colectivo que recrea y representa la Cultura, por tanto, no permite la posibilidad de un autor.

### SEGUNDO

- Tlahuitoltepec ha participado en la construcción del reconocimiento de los Derechos de los Pueblos Indígenas a nivel Nacional e Internacional.
- Tlahuitoltepec ha promovido el reconocimiento de los Pueblos Indígenas más allá de los escenarios "folclóricos" de asimilación por parte del Estado, dado que es en otros espacios públicos donde se les excluye y discrimina.



AUTORIDAD COMUNITARIA  
SANTA MARÍA TLAHUITOLTEPEC

---

TERCERO

- Contrario a lo que suponen algunos medios de comunicación **ISABEL MARANT** no necesariamente tuvo que trasladarse hasta la *sierra mixe* para "inspirarse".
- **ISABEL MARANT ESTÁ COMETIENDO UN PLAGIO** porque la colección "Etoile" primavera-verano 2015 tiene el patrón gráfico propio de la "Blusa de Tlahuitoltepec" que ha trascendido fronteras, no es una creación novedosa como afirma la diseñadora. Por tanto, exigimos detenga la producción bajo su firma y repare los daños ocasionados.
- Tlahuitoltepec invita a Isabel Marant a conocer a las artesanas y apreciar cómo se comparte la "Blusa" en lo cotidiano, para que haga el reconocimiento explícito del diseño de origen.

CUARTO

Como pueblo de Tlahuitoltepec

- Invitamos a las comunidades indígenas a manifestarse contra la apropiación bio-cultural a conveniencia, contra los intereses particulares, de manera que se detenga la producción y venta bajo firma exclusiva alguna, que se detenga el plagio y el saqueo de que son objeto los pueblos indígenas.
- Convocamos a las organizaciones civiles, comunitarias y las instituciones académicas del país sumarse a este reclamo justo por el respeto y la protección de los Derechos Colectivos de los Pueblos Indígenas, así como de su patrimonio bio-cultural.
- Pedimos a las instituciones Nacionales e Internacionales correspondientes asumir su responsabilidad de garantizar la continuidad de las prácticas esenciales de los pueblos indígenas que sustentan la pluriculturalidad de México, reconocidos por los Instrumentos Internacionales y Nacionales.
- Hacemos un llamado al Estado Mexicano para que instituya los instrumentos y mecanismos efectivos que protejan la propiedad colectiva, intelectual y bio-cultural de los Pueblos Indígenas, es decir, convertir las leyes abstractas en verdaderas herramientas de legalidad.

Oaxaca de Juárez, Oaxaca. 03 de junio de 2015

ATENTAMENTE

SANTA MARÍA TLAHUITOLTEPEC MIXE, OAXACA



