

De muñecas otomíes y bordados *teenek*. Dos estudios de caso sobre el extractivismo epistémico en comunidades indígenas

IMELDA AGUIRRE MENDOZA*
JULIO CÉSAR BORJA CRUZ**

Las prácticas de cada pueblo se encuentran enraizadas en un vasto compendio de conocimientos que dan cuenta de la comprensión que tienen del mundo y de las formas que utilizan para relacionarse con él. Desde hace varias décadas, estos saberes han sido aprovechados con fines de lucro por dependencias gubernamentales, investigadores, organizaciones y actores diversos, incurriendo en lo que puede ser comprendido como extractivismo epistémico. Si seguimos los planteamientos de Grosfoguel, esta clase de práctica cosifica los conocimientos “con el propósito de extraerlos y explotarlos para beneficio propio sin importar las consecuencias”.¹

* Programa de Etnografía, INAH, equipo de Centro Norte.

** El Colegio de Michoacán.

¹ Ramón Grosfoguel, “Del ‘extractivismo económico’ al ‘extractivismo epistémico’ y al ‘extractivismo ontológico’: una forma destructiva de conocer, ser y estar en el mundo”, *Tabula Rasa*, núm. 24, enero-junio de 2016, pp. 123-143. Para formular el concepto extractivismo epistémico, Grosfoguel toma como punto de partida el término “extractivismo cognitivo”,

De acuerdo con el sociólogo citado, el extractivismo epistémico “expolia ideas de las comunidades indígenas, sacándolas de los contextos en que fueron producidas, para despolitizarlas y resignificarlas desde lógicas occidentalocéntricas. Su objetivo consiste en el saqueo de ideas para mercadearlas y transformarlas en capital económico o para apropiárselas dentro de la maquinaria académica occidental con el fin de ganar capital simbólico”.²

Llama la atención el extractivismo que en los últimos tiempos se ha efectuado en torno a los bordados nativos. Ejemplo de ello fue el plagio en que incurrió la cadena estadounidense Urban Outfitters al confeccionar una colección de prendas de vestir y accesorios basada en símbolos de la nación navajo.³

Al respecto, un caso representativo fue el de la blusa *Xaam nixuy*, elaborada en Santa María Tlahuitoltepec Mixe, Oaxaca, cuyo diseño fue usurpado por Isabel Marant, modista francesa que incluyó los patrones gráficos de esa prenda en su colección primavera-verano de 2015, desconociendo y privatizando el conocimiento colectivo en torno a esta blusa.⁴

Otro caso fue el de las bordadoras mayas de la comunidad de Santo Domingo, Maxcanú, Yucatán, que trabajaron durante tres meses en el telar de cintura para proporcionar 2000 bordados diferentes al diseñador francés Christian Louboutin, los cuales incluyó en una colección de bolsas llamada *Mexicaba*, lanzada en mayo de 2017. Aunque las bordadoras trabajaron para Louboutin con pleno conocimiento de que sus diseños serían considerados en esa colección, les resultó indignante que cada pieza les fuera pagada a 235 pesos mexicanos, cuando Louboutin las vende en 28000 pesos.⁵

La colección otoño-invierno 2017 de Mango, una empresa española dedicada a la confección de prendas de vestir y otros accesorios, retomó sin previo consentimiento una serie de bordados procedentes de Tenango de Doria —comunidad otomí del estado de Hidalgo—, así como diversos detalles de huipiles oaxaqueños y faldas istmeñas.

propuesto en 2013 por Leanne Betasamosake Simpson, intelectual indígena del pueblo Mississauga Nishnaabeg, de Canadá (Grosfoguel, *op. cit.*, p. 131).

² *Ibidem*, p. 133.

³ Beatriz García, “El ‘navajo hipster panty’ y otras prendas polémicas de Urban Outfitters”, *El País*, 18 de octubre de 2011.

⁴ Fidel Pérez Díaz, “El caso del plagio de la blusa *Xaam nixuy* de Santa María Tlahuitoltepec”, *Ojarasca. Suplemento del diario La Jornada*, 12 de diciembre de 2015.

⁵ Alexander Garín Rojas, “A las mujeres mayas les pagaron 235 pesos por bordar bolsas y el diseñador lo vende a 28 mil pesos”, *Soy tu Voz, Blog del Pueblo*, 2017.

Cabe señalar que el diseño de los llamados “tenangos” había sido usurpado con anterioridad.⁶ En 2015, Nestlé puso a la venta una colección de tazas de chocolate de la marca Abuelita decoradas con figuras de “tenangos”. Adalberto y Angélica, artesanos de la comunidad hidalguense de Santiago el Grande, reconocieron varias de sus creaciones en las tazas, y desde septiembre de 2016 entraron en litigio con la compañía mencionada, acusándola de plagiar sus dibujos.⁷

Ante tales circunstancias, el presente artículo pretende abonar a la discusión sobre el extractivismo epistémico que incide en el bordado, y sus prácticas, relacionadas con los pueblos indígenas de México. Para ello analizaremos el caso de los otomíes del sur de Querétaro y el de los *teenek* de la Huasteca potosina. En el primero se discute cómo los bordados y las muñecas tradicionales se han convertido en las mercancías en torno de las cuales se organiza el Festival de la Muñeca Artesanal. Además, dichas figuras han dado pie a que un grupo de científicos sociales con miras empresariales haya concebido una marca en la que se busca crear innovación a partir de la tradición. En el segundo caso observamos cómo los bordados *teenek* han sido aprovechados como íconos de *marketing* en pro del turismo étnico, impulsado principalmente por dependencias gubernamentales.

Las creaciones de ambos pueblos nos remiten a complejos saberes. Así, entre los otomíes de Amealco, la confección de muñecas tradicionales se vincula con exégesis sobre el maíz, las flores, las aves y elementos varios que se integran en sus diseños. Las mujeres *teenek* de la Huasteca potosina elaboran bordados en punto de cruz, caracterizados por la recurrencia de flores, estrellas, aves y figuras relacionadas con un amplio campo mítico, que dan sentido a la comprensión del universo. ¿Cuáles son las consecuencias que el extractivismo epistémico ha generado en los casos puestos sobre la mesa? Ésa es una de las cuestiones que buscamos atender en este texto.

⁶ Después de la relevancia que el caso tomó en las redes sociales entre distintas comunidades y diputados a favor de la protección del trabajo artesanal, Guillermo Corominas, director de Comunicación Social de Mango, en una carta con fecha del 27 de octubre de 2017, aseveró desconocer que se trataban de “representaciones artísticas elaboradas por comunidades indígenas”, ya que los diseños fueron encontrados en internet y les sirvieron de “inspiración” para su colección. Además, el suéter de la marca Mango bordado con figuras de Tenango fue retirado del mercado. Esta prenda alcanzaba un costo de hasta 1600 pesos, cuando las artesanas la venden en 800 pesos.

⁷ Abida Ventura, “Demandan a Nestlé por piratear artesanía hidalguense”, *El Universal*, 23 de octubre de 2017.

Del Festival de la Muñeca Artesanal a la muñeca Xahni

En los últimos años, las creaciones otomíes han tenido singular difusión en el estado de Querétaro, particularmente en lo que respecta a las muñecas. En 2013 se celebró el primer Festival Nacional de la Muñeca Artesanal e Indígena, en la cabecera municipal de Amealco, impulsado por la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (Cdi). Para este primer evento fueron convocadas artesanas no sólo de la región, sino de distintas entidades federativas del país; ellas se trasladaron a Amealco y expusieron sus creaciones artesanales con la finalidad de venderlas. El objetivo del evento, según lo expresado en el mensaje de Nuvia Mayora Delgado —entonces delegada general de dicha Comisión—, difundido en medios de comunicación, fue “impulsar a las mujeres para generar empleos a través de proyectos productivos”.⁸ En esa ocasión, la funcionaria anunció que la Cdi, junto con el Fondo Nacional de las Artes (Fonart), buscaría conseguir la patente de “la muñeca artesanal mexicana”,⁹ refiriéndose a la “muñeca de bola”, cuyo diseño se reproduce en varios estados de la república, principalmente entre poblaciones otomíes y mazahuas. El nominativo “de bola” responde a la forma circular de la cabeza. A estas representaciones se les coloca sentadas y cuentan con movilidad en brazos y piernas, algunas veces se las viste con falda blanca y blusa satinada con pliegues, siendo ése el traje tradicional de las mujeres otomíes de la comunidad de Santiago Mexquititlán, Amealco.

A partir del 2013, en la misma cabecera municipal han tenido lugar distintas ediciones del festival, ahora con el nombre Festival de la Muñeca Artesanal. Como sucedió en el primero de los eventos que se organizaron, se ha invitado a mujeres de distintas entidades, y recientemente se ha emplazado a delegaciones de artesanos de otros países. El Festival sigue siendo convocado por la Cdi, pero también destacan en su organización y convocatoria el ayuntamiento, el gobierno del estado, así como las secretarías de Turismo y la de Desarrollo Sustentable. Cabe resaltar que las dependencias y agentes convocantes administran los espacios donde los artesanos venden sus productos, presentan espectáculos, y organizan un con-

⁸ NTX, “Organizan primer festival nacional de muñecas artesanales e indígenas”, *Informador.mx*, 16 de noviembre de 2013.

⁹ *Idem.*



Figura 1. Cartel publicitario del Festival de la Muñeca Artesanal; Fotografía: Facebook Amealco, Municipio. Fuente: Claudia Gámez, "Festival Nacional de Muñecas Artesanales 2017", *Espíritu Aventurero*, 11 de octubre de 2017.

curso entre los participantes, agrupándolos en cuatro categorías: 1) Mejor muñeca en textil; 2) Muñeca en fibras vegetales; 3) Muñeca en alfarería, y 4) Nuevos diseños.

En un primer momento puede parecer que este festival representa un avance en el reconocimiento de la diversidad cultural, en la valorización de los conocimientos y cosmologías indígenas reflejadas en sus creaciones, incluso en la preocupación de las dependencias del Estado para generar espacios de encuentro con los artistas de los pueblos originarios. No obstante, se observa que se trata de una estrategia en la que se hace un uso mediático de lo que se asocia con "el tema indígena", como la muñeca y las artesanías, para poder lucrar con ello desde una lógica y funcionamiento vertical.

Este tipo de organización tiene varios matices e implicaciones. Sin duda, los artesanos salen beneficiados al vender sus creaciones; sin embargo, en una sociedad capitalista como la nuestra, las personas que ostentan el poder político y económico son las que más resultan beneficiadas, ya que acumulan mayor capital económico por efecto del turismo que se desplaza a la localidad por el atractivo que ejerce el evento. En este sentido, podemos señalar que las políticas de desarrollo que tienen como eje el fomento al turismo, utilizan el tema de la diferencia cultural, o "el tema indígena", como atractivo mercadológico.

En el Festival de la Muñeca Artesanal, la lógica que impera es la del mercado, que toma las creaciones artesanales como meros productos llamativos, con la etiqueta de "indígena" como plusvalor, pero vacías de contenido.



Figura 2. Muñecas de bola. Foto: Víctor Jiménez (2017); Fuente: “Hoy inicia el Festival de Muñecas en Amealco”, *El Sol de San Juan del Río*, 17 de noviembre de 2017.

Análogo a la indumentaria de las mujeres otomíes, el vestido de cada muñeca reúne un conjunto de elementos bordados en punto de cruz, entre los que sobresalen las serpientes, que “traen agua”, y las mariposas, que en San Ildefonso Tultepec son consideradas almas de los difuntos o antepasados. Una de las figuras de los bordados que también aparece es la mata del maíz, la cual, como alimento, tiene especial relevancia en la vida de las otomíes. Alrededor del cultivo de esa gramínea se pueden apreciar prácticas que develan el conocimiento del entorno: conocer cuándo sembrar a partir de la observación de las fases de la luna, cómo medir la humedad de la tierra, y qué tipo de grano es el indicado para conservarlo y para sembrarlo en la próxima temporada.

Entre otros, existe varios diseños para bordar flores; por ejemplo: *Dq̄ni koti*, “flor bordada”, *Dq̄ni noni, k’eñä*, “flor dos culebras”, y *Bola dq̄ni*, “flor bola”. En San Ildefonso Tultepec, las flores son pensadas como objetos bellos, y debido a sus colores, formas y olores, se ligan a categorías como vida, fertilidad, abundancia y alegría.¹⁰

¹⁰ Julio César Borja Cruz, “Entre flores y listones. Un estudio antropológico de la Danza de Mujeres en San Ildefonso Tultepec, Amealco”, 2017.

En los bordados también se aprecian aves de frente y de perfil, así como una muy importante para la cosmología otomí: el águila. La historia fundacional de varios pueblos de este grupo étnico se encuentra vinculada con la presencia de esta depredadora y su posterior desplazamiento a Tenochtitlan. Arturo Gómez escribe sobre la figura del águila bicéfala presente en los mitos sobre la creación del mundo, asociándola con el Sol, la Luna y el movimiento entre los pobladores otomíes de San Pablito, al norte del estado de Puebla. En ese lugar, el águila es representada en los textiles, particularmente en los *quexquemétl*, así como en el papel amate y el papel de china para usos rituales.¹¹

Además de los bordados, las muñecas llevan listones en sus trenzas o como parte del tocado. Las cintas, por sus cualidades sensibles, como por sus colores, su forma y su movimiento, se asocian con lo alegre, la belleza y la vida. Los listones de colores seleccionados por los habitantes de San Ildefonso son los más vistosos y *fuertes*, lo cual nos advierte sobre las nociones de belleza de esa comunidad, es decir, nos muestra una concepción local de lo estético.

En el Festival de la Muñeca Artesanal, las figuras se comercian al margen de los contenidos descritos, por lo cual consideramos que dicho evento es ejemplo de extractivismo epistémico, como también lo es el caso de Xahni, una muñeca de tela que guarda el mismo diseño que las de origen otomí, aunque ésta lleva un dispositivo electrónico que reproduce frases en *hñöñhö* con su traducción al español. Éste es un producto registrado por una empresa llamada Yosoyoho, de la ciudad de Querétaro. Las personas que distribuyen el producto no son indígenas, aunque se trata de gente que ha trabajado con poblaciones indígenas del estado de Querétaro, como el representante de la empresa, quien es antropólogo.

Desde 2016, integrantes de Yosoyoho han presentado el proyecto de la muñeca Xahni en varios espacios y medios informativos. En palabras de Román Sauza, representante de la empresa:

Yosoyoho es una empresa queretana, somos aproximadamente siete colaboradores, entre pedagogos, socioterritoriales, antropólogos, sociólogos, que estamos preocupados por reconocer los usos y costumbres de los pueblos indígenas, pero pues bueno, también tenemos ahí

¹¹ Arturo Gómez Martínez, "El águila bicéfala y la configuración mitológica otomí de San Pablito", *Estudios de Cultura Otopame*, 8, 2012, pp. 107-125.

el carácter aplicado, entonces queremos que nuestros juguetes en Yosoyoho ayuden a la resolución de los problemas contemporáneos de estos pueblos.¹²

Por ese carácter aplicado y “comprometido con la sociedad”, dicha empresa creó un objeto “innovador” y atractivo: Xahni. Como ya lo mencionamos, se trata de una muñeca tradicional la cual en su interior lleva un dispositivo electrónico que, al oprimirlo, reproduce frases en otomí y su traducción al español; por otra parte, en la falda lleva bordadas palabras en lengua indígena y su equivalente en español. La razón de esas innovaciones, según este grupo de microempresarios, responde al propósito de que la muñeca contribuya a la revitalización de la lengua otomí. Las palabras bordadas y los audios se anuncian como tácticas pensadas para que los hablantes del idioma del pueblo original no dejen de practicarlo.

Los microempresarios del proyecto descrito han tenido acceso a diversos espacios: centros culturales y educativos les han abierto las puertas, incluso se han presentado en medios de comunicación masiva (como los espacios del Gobierno del Estado de Querétaro, que los apoyó con difusión)¹³ para dar a conocer *su* producto. Mientras tanto, un gran número de mujeres indígenas siguen vendiendo las muñecas en la vía pública de ciudades como Querétaro, en medio de los enfadosos regateos y del acoso de los inspectores municipales.

Los microempresarios de Yosoyoho están lucrando con un objeto que condensa elementos esenciales de los otomíes de Amealco, y no sólo con las muñecas, sino también con la lengua, pues las frases en otomí con supuesta pertinencia social resultan ser un plus mercadológico, banalizando la importancia del reconocimiento de la cultura de los pueblos indígenas y el rescate de sus idiomas. ¿Es posible que las muñecas cuyos costos oscilan entre los 400 y 600 pesos, que se venden por internet y en algunas tiendas del centro de la capital queretana, puedan coadyuvar a que las y los hablantes del otomí conserven su lengua, o que las niñas y niños fortalezcan su interés por aprender la lengua de sus antecesores? ¿Quiénes podrían hacer uso de tan costosas muñecas? Al parecer, no se busca que dicho

¹² TvUAQ, “Muñecas otomíes Yosoyoho, con Román Sauza y Alfredo Reyes”, *Presencia Universitaria*, UAQ, 4 de abril de 2016.

¹³ GobQro, “Muñeca Xahni”, *Querétaro está en nosotros*, Gobierno del Estado de Querétaro, 15 de junio de 2016.

producto llegue a un alto número de personas de habla o que entienden el otomí, sino a las personas que puedan comprarla; entonces, ¿en dónde se encuentra la revitalización, si no es accesible para los grupos que hablan o comprenden la lengua? El argumento de la pertinencia social vinculada con el tema de la revitalización de la lengua es una estrategia mercadológica.

Estrellas y flores hechas marca

En la última década, las figuras del bordado tradicional *teenek* han sido empleadas como íconos de proyectos políticos tendentes a fomentar el turismo cultural en la Huasteca potosina; también han sido aprovechadas por particulares no indígenas dedicados a la industria del turismo y a la manufactura de calzado, gorras y prendas varias en las que se plasman estrellas, flores y otros motivos en sus diseños.

A partir de 2008, la Secretaría de Turismo de San Luis Potosí comenzó a impulsar la Huasteca potosina como destino líder en el turismo de aventura; para esto se planificaron un conjunto de acciones encaminadas a dotar a la región tanto de la infraestructura como de las condiciones necesarias para propiciar el arribo de visitantes. Dicha dependencia, asesorada por investigadores de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP), campus Ciudad Valles, diseñó una campaña publicitaria con el eslogan: “Huasteca potosina... fascinante por naturaleza”. Con esto se ha buscado imprimir en la región “la identidad de una marca”, apuntó Irma Suárez,¹⁴ profesora en la licenciatura en turismo sustentable de la UASLP, a quien se considera como la principal promotora de la Huasteca como una marca de fácil consumo.

Además del eslogan, se diseñó un logotipo que identifica a la totalidad de los municipios que componen la región, el cual toma como base la figura y los colores del quexquémel utilizado por las mujeres *teenek*. El logotipo forma parte de la señalética tanto de carreteras, caminos y destinos turísticos, como de mensajes publicitarios y propagandísticos de restaurantes, hoteles, agencias de viajes, de-

¹⁴ Irma Suárez Rodríguez, “La Huasteca potosina como aspirante a geoparque por la UNESCO”, ponencia presentada en el XIX Encuentro de Investigadores de la Huasteca. La Huasteca frente a los cambios globales, 10-14 de noviembre de 2015.

pendencias de gobierno y establecimientos que buscan vincularse con la marca de la Huasteca para conseguir una gama de beneficios, en su mayoría económicos. Sin embargo, nadie preguntó a las mujeres *teenek* si daban su consentimiento para que una de sus prendas, prioritariamente de uso ritual, se tomara como ícono de una campaña publicitaria en pro del turismo. Es en situaciones como la narrada que determinados elementos procedentes de “la tradición” se convierten en mercancías mediante una “marca-símbolo por la cual los aspectos más visibles de la cultura de los grupos étnicos se ponen al servicio de la industria del turismo”.¹⁵

Como ya lo señalamos, no sólo las dependencias gubernamentales y las instituciones educativas han expoliado la cultura *teenek*. Sonia Rodríguez creó la marca *Jajá chik*, la cual se describe como “tradición y estilo casual con el toque tének”. En una entrevista con un diario de Ciudad Valles, la empresaria explicó que cuando visitó el municipio de Aquismón, en 2014, trabó conversación con algunas artesanas que vendían en la plaza del pueblo y les preguntó si podían bordar sobre una playera y otras prendas de vestir. Con el tiempo, unas veinticinco costureras comenzaron a bordar playeras, faldas, pantalones de mezclilla, tenis y demás productos, que ella comercializa en tiendas de Ciudad Valles y de la capital potosina. Así fue consolidando una marca que busca ser “competitiva a nivel nacional”, que cuenta con el respaldo de las autoridades municipales de Aquismón, y la cual, desde el punto de vista de Sonia Rodríguez, engloba “el amor a nuestra cultura, a nuestras mujeres artesanas, a nuestra madre tierra, que inspira y se ve tangible en cada bordado”.

Otro ejemplo del mismo tipo es el de Mary Paz Cedillo, empresaria de Aquismón que decidió crear una marca denominada Bordados Artesanales Mary Paz, la cual “fusiona el arte huasteco en prendas de uso cotidiano”, entre otros, abanicos, zapatos, sandalias, monederos, bolsos, fundas para celular bordadas con estrellas y flores en punto de cruz. Éstos son sólo un par de muestras de las varias “marcas” que han proliferado y ofertan productos con el bordado *teenek*. Como puede apreciarse en la figura 3, el estampado se insertó en artículos que aprecian los turistas y la población no indígena de la región, adecuándose a sus expectativas estéticas la tradición incrustada en la modernidad.

¹⁵ Cristina Oehmichen Bazán (ed.), *Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo*, 2013, p. 38.



Figura 3. Collage de los productos ofertados por la marca Jajá chik. Fuente: Verónica Martínez Venancio, "Jajá chik, tradición y estilo casual con el toque tének", *Emsavalles.com*, 1-7 de abril de 2016.

María Juana Enríquez es una bordadora *teenek* de Tampate, Aquismón, la cual vende sus creaciones en el centro del municipio. Dado que perdió a sus padres siendo niña, aprendió a bordar sola; en la actualidad tiene más de cincuenta años practicando dicha actividad. El bordado de cada prenda conlleva varios días de trabajo; por ejemplo, para elaborar un quexquémetl puede tomar hasta 22 días para que esté listo. En agosto de 2017, María Juana ganó el primer lugar en el Quinto Concurso Nacional de Textiles en la categoría “Mantelería, blancos, delantales, bolsas, morrales, carpetas y fajas”, en el marco de la Feria Nacional Potosina.

María Juana considera que fue una de las primeras, quizá la pionera, en bordar en punto de cruz sobre gorras y tenis. Eso ocurrió entre 2015 y 2016, motivada por clientes que le preguntaron si era posible plasmar sus creaciones en artículos como los mencionados. Entonces estampó un par de gorras y tres pares de zapatos que se vendieron muy pronto. Para 2017 observó que en Aquismón y en localidades diversas de la Huasteca potosina se habían multiplicado los vendedores de artículos con bordados en punto de cruz, varios de ellos revendedores que pagaban poco por la mano de obra de las bordadoras *teenek*, para con la venta obtener altos ingresos: “Lo mandan a hacer y pagan bien barato el trabajo, le pagan 20 pesos por pieza a gente de Tampate, de acá de la sierra, de Tancuime, les encargan hacerlo y muy barato el trabajo. Con 20 pesos no va a comprar ni un kilo de azúcar, ni un kilo de Minsa, ni un kilo de aceite, nada de eso, y ellos ya venden cada cosa a 250 o a 300 pesos. Eso no es justo”.

En ocasiones, María Juana ha surtido pedidos de comerciantes procedentes de Ciudad Valles, quienes también revenden los bordados en aquel lugar y en otras ciudades. Así nos hemos encontrado con gorras y sombreros bordados en punto de cruz en tiendas de suvenires de la cadena Gasomax, en donde sus costos se duplican (entre los 300 y los 500 pesos).

En octubre de 2016, María Juana y varias de sus compañeras bordadoras fueron amedrentadas por un par de empresarios mestizos de Aquismón, quienes les hicieron llegar un oficio notificándoles que ya no podrían vender más las gorras ni los zapatos porque éstos ya habían sido registrados como marca. En el documento se señalaba que los productos artesanos serían decomisados en caso de no atender la orden. Pese a la advertencia, las semanas pasaron y las bordadoras continuaron trabajando. Ahora reconocen que el oficio fue un recurso de “los piratas”, como ellas los llaman, para infundirles

temor y retirarlas de la competencia. Al cuestionar a varios de los dependientes y propietarios de las tiendas de Aquismón, sobre el nombre de las costureras y la elaboración de los bordados de marca que venden, sólo se limitaron a decir que todo era estampado por gente de la región, pero sin reconocer autoría alguna en particular.

Más allá de la marca

Se incurre en extractivismo epistémico cuando los objetos, tecnologías o las ideas concebidas por las culturas indígenas son extraídos sin tomar en cuenta a los grupos étnicos que los originaron.¹⁶ Los artefactos y conceptos expoliados cuentan con sentidos específicos en sus contextos de origen, los cuales quedan desplazados cuando los productos se convierten en meras mercancías y se insertan en otros contextos de producción y consumo. Retomando las palabras de Grosfoguel, “este principio de asimilación es epistemicida, porque termina destruyendo los saberes y las prácticas ancestrales”.¹⁷

El bordado *teenek* remite a una comprensión del mundo que suelen ignorar empresarios, revendedores, representantes de las dependencias de gobierno encaminados a promover y lucrar con las culturas indígenas. Cuentan algunas ancianas que fue la Virgen María quien comenzó a bordar, después siguieron su ejemplo el resto de las mujeres y así, hasta nuestros días, se han transmitido las enseñanzas del hilván. Al respecto, es común que antes de comenzar una nueva costura, las bordadoras pidan a la Virgen y a los santos por el buen término de su obra. Aunque haya una recurrencia en el bordado de estrellas, flores, serpientes y plantas de maíz, cada figura y cada copia es única porque posee el estilo y la inventiva particular de cada mujer.¹⁸

Las estrellas y las flores son las figuras a las que más se recurre en los bordados, las cuales tienen la propiedad de referir desde la totalidad del cosmos hacia lo microespacial, ya que sus puntas se direccionan hacia los distintos rumbos del universo: el poniente, en

¹⁶ Ramón Grosfoguel, *op. cit.*, p. 113.

¹⁷ *Ibidem*, p. 139.

¹⁸ Imelda Aguirre Mendoza, “Hilvanando el universo: el arte del bordado de los teenek de la Huasteca potosina”, *Revista del Patrimonio Cultural del Ecuador*, núm. 13, 2014, pp. 15-19.



Figura 4. Anciana portando un quexquémétl bordado con una estrella de ocho picos ramificada en flores y plantas de maíz. Foto: Imelda Aguirre (2006).

teenek llamado *otseľ kichaj*¹⁹ o lugar donde se oculta el Sol; el norte, *otsa-yleil*, la dirección de la que proviene el viento; el sur, aludido con el mismo término, un préstamo lingüístico del español, punto identificado como el lugar de morada de la Virgen; el oriente, *uk' tu kalej a kichaj*, expresión que hace referencia al lugar por donde sale el Sol; y en medio el cielo y la tierra (*ts'ejel tsabal* y *ts'ejel k'ay'lal*), un lugar intermedio del universo donde se conectan el centro de la tierra con el centro del cielo.

Las serpientes se vinculan con la fertilidad y son consideradas animales acuáticos propiedad del Trueno, uno de los existentes de mayor importancia dentro de la cosmología *teenek*, quien, en asociación con san Miguel Arcángel, se encarga de propiciar buenos temporales de lluvias.

Las plantas de maíz tienen relación con Dhipák, el espíritu del maíz para los *teenek* potosinos. Los mitos sobre este ser son tan vastos que ofrecen información sobre su origen, su vida y su muerte, asociada con la creación del maíz como alimento de los hombres. En uno de esos mitos se cuenta que:

Había un niño, se llamaba Dhipák. Dhipák era nieto de una bruja. Los señores de la comunidad atraparon a la bruja y le prendieron leña, la quemaron, juntaron sus cenizas en un guaje y buscaron a una comisión que las llevara al mar. En el camino destaparon el guaje porque oían un zumbido. La bruja se escapó, hasta hoy sigue viviendo en forma de zancudo, por eso los zancudos pican y chupan sangre. La comisión que iba eran los sapos que hay, por eso tienen en el lomo como piquetes. Con el tiempo el niño se murió de enfermedad, enterrado el niño nació el maíz. Dhipák se hizo para vivir nosotros, para hacer la vida de los hombres. (Interlocutor: don Alejo Castillo, La Cercada.)

Algunos de los colores empleados en la composición de los bordados expresan significados particulares. Varias ancianas explican que los tonos rosas y naranjas hacen referencia al estado emotivo de la alegría. El color verde se elige para hilvanar serpientes trazadas en forma de "S" y espigas de maíz. Éste es un color asociado con san Miguel Arcángel, y otros existentes vinculados con peticiones plu-

¹⁹ Las denominaciones lingüísticas que se presentan en este párrafo y a lo largo del texto pertenecen al *teenek* que se habla en la comunidad de Tamapatz, municipio de Aquismón, San Luis Potosí.

viales y la fertilidad de la tierra. El color rojo es el de máxima protección; de hecho, María Juana afirma que con se tono se protegen de las envidias y del “mal de ojo”. El rojo es un tono coligado a la energía vital.

En la última década han proliferado bordados en tonos negro, azul y fucsia, los cuales son del gusto de los jóvenes y de “la gente de afuera”, es decir, de los turistas que demandan colores más sobrios que puedan combinarse con todo tipo de prendas. Desde el punto de vista de María Juana, dichos colores “no protegen de nada”, pero los han incorporado a sus bordados como una estrategia de mercadotecnia.

Con todo esto podemos apreciar que para los *teenek*, los bordados no son sólo figuras sujetas a comercializarse, ya que en ellas se plasma la estructura del cosmos, se evoca a los seres que posibilitan la vida, se condensan las relaciones entre existentes tan poderosos como el “trueno” o el “maíz”, responsables del sustento humano, y además se plasma la fuerza y la alegría de cada persona. Todos estos significados quedan de lado cuando los bordados son tomados como simples decorados de objetos fabricados para el consumo en masa; por ello, sostenemos que el extractivismo epistémico no sólo expolia las ideas de los pueblos originarios, lo que es peor, las pulveriza anulando sus sentidos más profundos.

Reflexiones finales

En las últimas décadas, las políticas del Estado mexicano se encuentran estrechamente ligadas a proyectos empresariales que tratan de convertir “el tema indígena” en un campo rentable, susceptible de mercantilización. Estas políticas de “reconocimiento” se erigen como una plataforma discursiva que permite el despliegue de prácticas extractivistas, puesto que a menudo las expresiones culturales con mayor promoción (como las danzas, artesanías, fiestas, etc.) son tomadas como meros productos comerciales, banalizando y desestimando los significados, los conocimientos y las relaciones que se aglutinan a su alrededor.

En las prácticas extractivistas del ámbito cultural se observa una tendencia a la destrucción de saberes, de conocimientos y de formas de pensar y sentir el mundo, en la medida en que la producción o distribución de creaciones simbólicas están sujetas a la traza de las

lógicas de rentabilidad capitalista, cuya la derrama económica beneficia principalmente a grupos de la clase política y empresarial, y al mismo tiempo, sostiene un esquema social inequitativo y desigual.

Consideramos que la Ley General de Cultura y Derechos Culturales, decretada en 2017, es una muestra de las políticas culturales extractivas. En dicho ordenamiento se pretende regular el acceso a la cultura entre las personas y los colectivos, por lo cual, en el artículo 5 se propone la coordinación de acciones entre dependencias de distintos niveles, vinculando el sector cultural con los sectores educativo, turístico, desarrollo social, medio ambiente, económico, entre otros, estableciendo mecanismos de participación entre los sectores público y privado.²⁰

En el artículo 7 de este precepto se reconoce el respeto tanto a la libertad creativa como la identidad y diversidad cultural, mientras que el artículo 11, en el que se plantea el libre acceso y la libre elección a pertenecer a una o más comunidades culturales, así como a participar de manera activa y creativa en la cultura, y a disfrutar de las manifestaciones culturales que se prefieran, permite que los elementos culturales pertenecientes a determinados pueblos puedan ahora ser usufructuados por cualquiera que así lo desee.²¹ Esto ha llevado tanto a la folclorización de un conjunto de elementos y prácticas nativas, como al desconocimiento de las autorías colectivas de los pueblos.

Si bien las muñecas, los bordados y sus múltiples variantes son producto de las relaciones que los otomíes y los *teenek* han entablado con los consumidores no indígenas interesados en adquirirlos, estas creaciones se han visto expoliadas por empresarios, académicos y dependencias gubernamentales, pues al convertirse en bienes culturales de dominio público se transforman también en objetos altamente rentables que es posible adecuar a distintos contextos.

De este modo, los bordados se plasman ahora en gorras o tenis “con marca” requeridos por los turistas, o las muñecas se conceptúan como juguetes destinados a sectores un tanto elitistas. En términos de John y Jean Comaroff,²² se ha venido configurando una economía

²⁰ Secretaría de Cultura, “Decreto por el que se expide la Ley General de Cultura y Derechos Culturales”, *Diario Oficial de la Federación*, 19 de junio de 2017.

²¹ *Idem*.

²² John Comaroff y Jean Comaroff, *Etnicidad S.A.*, Carolina Friszman y Elena Marengo (trads.), 2011, pp. 10 y 57.

de la identidad basada en etnomercancías, en las que se reúne, por un lado, la experiencia ancestral, y por otro, la apertura a la innovación, la capacidad de reproducir ciertos objetos de manera infinita, pero sin perder su carácter esencial. Desde nuestro punto de vista, las etnomercancías aludidas permiten que un consumidor se haga la idea de portar un producto nativo que lo acerca a culturas con las que pretende identificarse, pero esto es sólo una ilusión, pues el artículo fue producido para venderse, fue diseñado considerando las necesidades que se les imputan a los consumidores, mientras que al interior de los grupos indígenas, sus creadores, el objeto en cuestión posee una intención y significados específicos.

Aunque los pronunciamientos de los *teenek* y los otomíes sobre la expropiación de sus conocimientos, que terminan en manos de particulares, no han tenido la trascendencia esperada, en parte, por su falta de articulación como entes colectivos; la experiencia de otros grupos indígenas que se han pronunciado contra el plagio de sus diseños nos da muestra de un movimiento que se está robusteciendo. En el caso de los bordados mixes de Tlahuitoltepec, la comunidad emitió en 2015 un comunicado en el que se lee:

Demandamos a todo particular o empresa extraña a Tlahuitoltepec que utilice el diseño y patrones gráficos de la blusa Xaam nixuy; el reconocimiento de que estos diseños son propiedad intelectual y biocultural de la comunidad de Santa María Tlahuitoltepec, parte de su identidad cultural.

Exigimos respeto a los derechos colectivos y culturales, alzamos la voz contra toda empresa pública, privada, nacional o extranjera que con fines de lucro se apropie de los elementos culturales de las comunidades originarias.

Exhortamos al Estado mexicano para que instituya los instrumentos y mecanismos efectivos que protejan la propiedad colectiva, intelectual y biocultural de los pueblos indígenas.

Invitamos a las organizaciones civiles y académicas a sumarse al diseño de propuestas y acciones para el reconocimiento y protección de la propiedad colectiva y biocultural en términos de los intereses colectivos de los pueblos indígenas.

En el plano internacional, demandamos que los Estados nacionales respeten y hagan cumplir el marco legal existente hasta ahora en materia de propiedad intelectual y biocultural, porque no hacerlo implica la violación flagrante de los derechos humanos colectivos e individua-

les fundamentales, y sobre todo, atentan contra la identidad cultural e histórica de nuestros pueblos.²³

A principios de 2017, el Movimiento de Tejedoras Mayas de Guatemala, el cual reúne a cerca de treinta organizaciones de 18 comunidades lingüísticas mayas, presentaron al Congreso de aquel país un proyecto de ley que busca reconocer la propiedad intelectual colectiva de los pueblos indígenas. Las tejedoras demandan normas que protejan sus creaciones textiles, “fruto de su labor y de siglos de filosofía maya. Para eso, proponen ampliar la ley de propiedad intelectual para reconocer la propiedad intelectual colectiva de los pueblos indígenas”.²⁴

En la Iniciativa de Ley se pide que se reconozca una definición sobre qué es la propiedad intelectual colectiva, lo cual está vinculado con el derecho de los pueblos indígenas de administrar y manejar su patrimonio. Reconocer a los poblaciones originales como autores, igual que individuos o empresas, permitiría que corporaciones que se benefician de la exportación de sus tejidos tendrían que devolver un porcentaje de sus ganancias a las comunidades autoras.²⁵

Consideramos que el reconocimiento de la propiedad intelectual colectiva en los aparatos legislativos de países como Guatemala y México —más que decretar Leyes Generales de Cultura—, ampararía a los creadores de cultura más desfavorecidos y contribuiría a la legitimación de sus derechos como autores.

Bibliografía y otras fuentes de consulta

Aguirre Mendoza, Imelda, “Hilvanando el universo: el arte del bordado de los teenek de la Huasteca potosina”, *Revista del Patrimonio Cultural del Ecuador*, núm. 13, Quito, mayo-agosto de 2014, pp. 15-19.

Borja Cruz, Julio César, “Entre flores y listones. Un estudio antropológico de la Danza de Mujeres en San Ildefonso Tultepec, Amealco”, tesis de licenciatura en antropología, Querétaro, UAQ, 2017.

²³ Fidel Pérez Díaz, *op. cit.*

²⁴ Manuela Picq, “Tejedoras mayas proponen ley de propiedad intelectual colectiva”, *Intercontinental Cry. Centro de Estudios Indígenas Mundiales*, 7 de mayo de 2017.

²⁵ *Idem.*

- Comaroff, John, y Jean Comaroff, *Etnicidad S.A.*, Carolina Frizman y Elena Marengo (trads.), Madrid, Katz (Conocimiento), 2011.
- García, Beatriz, "El 'navajo hipster panty' y otras prendas polémicas de Urban Outfitters", *El País*, Madrid, 18 de octubre de 2011, recuperado de: <<https://smoda.elpais.com/moda/el-navajo-hipster-panty-y-otras-prendas-polemicas-de-urban-outfitters/>>, consultada el 15 de septiembre de 2017.
- Garín Rojas, Alexander, "A las mujeres mayas les pagaron 235 pesos por bordar bolsas y el diseñador lo vende a 28 mil pesos", *Soy tu Voz, Blog del Pueblo*, 2017, recuperado de: <<http://www.denunciamx.com/2017/07/a-las-mujeres-mayas-les-pagaron-235.html?m=1>>, consultada el 16 de septiembre de 2017.
- Gámez, Claudia, "Festival Nacional de Muñecas Artesanales 2017", *Espíritu Aventurero*, 11 de octubre de 2017, recuperado de: <<http://revistaaventurero.com.mx/imperdible/festival-nacional-de-munecas-artesanales-2017/>>, consultada el 24 de diciembre de 2017.
- GobQro, "Muñeca Xahni", *Querétaro está en nosotros*, Gobierno del Estado de Querétaro, 15 de junio de 2016, recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=PLc5M--G_hM>, consultada el 1 de abril de 2017.
- Gómez Martínez, Arturo, "El águila bicéfala y la configuración mitológica otomí de San Pablito", *Estudios de Cultura Otopame*, núm. 8, México, 2012, pp. 107-125.
- Grosfoguel, Ramón, "Del 'extractivismo económico' al 'extractivismo epistémico' y al 'extractivismo ontológico': una forma destructiva de conocer, ser y estar en el mundo", *Tabula Rasa*, núm. 24, Bogotá, enero-junio de 2016, pp. 123-143.
- "Hoy inicia el Festival de Muñecas en Amealco", *El Sol de San Juan del Río*, San Juan del Río, 17 de noviembre de 2017, recuperado de: <<https://www.elsoldesanjuandelrio.com.mx/local/hoy-inicia-festival-de-munecas-en-amealco-471543.html>>, fecha de consulta: 23 de diciembre de 2017.
- Martínez Venancio, Verónica, "Jajá chik, tradición y estilo casual con el toque tének", *Emsavalles.com*, 1-7 de abril de 2016, recuperado de: <<http://www.emsavalles.com/revtxt.php?r=4737>>, consultada el 9 de octubre de 2017.
- Mota, Dinorath, "Otra vez 'piratean' a artesanos diseños de bordados tenangos", *El Universal*, México, 14 de octubre de 2017, recuperado de: <<http://www.eluniversal.com.mx/estados/otra-vez-les-piratean-bordados-tenangos>>, consultada el 10 de noviembre de 2017.
- Mota, Dinorath, "Mango acepta que plagió diseños a artesanos hidalguenses", *El Universal*, México, 9 de noviembre de 2017, recuperado de: <<http://www.eluniversal.com.mx/estados/mango-acepta-que-plagio>>

- disenos-artesanos-hidalguenses>, consultada el 10 de noviembre de 2017.
- NTX, “Organizan primer festival nacional de muñecas artesanales e indígenas”, *Informador.mx*, 16 de noviembre de 2013, recuperado de: <<https://www.informador.mx/Cultura/Organizan-primero-Festival-Nacional-de-Munecas-Artesanales-e-Indigenas-20131116-0022.html>>, consultada el 24 de diciembre de 2017.
- Oehmichen Bazán, Cristina (ed.), *Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo*, México, IIA-UNAM, 2013.
- Pérez Díaz, Fidel, “El caso del plagio de la blusa Xaam nixuy de Santa María Tlahuitoltepec”, *Ojarasca. Suplemento del diario La Jornada*, 12 de diciembre de 2015, recuperado de: <<http://www.jornada.unam.mx/2015/12/12/oja-santa.html>>, consultada el 16 de septiembre de 2017.
- Picq, Manuela, “Tejedoras mayas proponen ley de propiedad intelectual colectiva”, *Intercontinental Cry. Centro De Estudios Indígenas Mundiales*, 7 de mayo de 2017, recuperado de: <<https://intercontinentalcry.org/es/tejedoras-mayas-proponen-ley-de-propiedad-intelectual-colectiva-2/>>, consultada el 15 de septiembre de 2017.
- Secretaría de Cultura, “Decreto por el que se expide la Ley General de Cultura y Derechos Culturales”, *Diario Oficial de la Federación*, 19 de junio de 2017, recuperado de: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGCDC_190617.pdf>, consultada el 26 de diciembre de 2017.
- Suárez Rodríguez, Irma, “La Huasteca potosina como aspirante a geoparque por la UNESCO”, ponencia presentada en el XIX Encuentro de Investigadores de la Huasteca. La Huasteca frente a los cambios globales, Jalpan, Querétaro, 10-14 de noviembre de 2015.
- TVUAQ, “Muñecas otomíes Yosoyoho, con Román Souza y Alfredo Reyes”, *Presencia Universitaria*, UAQ, 4 de abril de 2016, recuperado de: <<https://www.youtube.com/watch?v=qSMgDRQw6FM>>, consultada el 1 de abril de 2017.
- Ventura, Abida, “Demandan a Nestlé por piratear artesanía hidalguense”, *El Universal*, 23 de octubre de 2017, recuperado de: <<http://www.eluniversal.com.mx/cultura/patrimonio/demandan-nestle-por-piratear-artesania-hidalguense#imagen-1>>, consultada el 24 de octubre de 2017.