

Fecha de recepción: abril 2021
Fecha de aprobación: mayo 2021
Fecha publicación: junio 2021

Cuando las marcas internacionales hacen uso de diseños tradicionales de comunidades autóctonas ¿hablamos de inspiración o de plagio?

Gonzalo J. Alarcón Vital ⁽¹⁾ y Adriana E. Garrido Hernández ⁽²⁾

Resumen: La rica tradición artesanal de México, e indudablemente de muchos otros países, ha sido utilizada por marcas de “prestigio” a nivel internacional sin darle reconocimiento a sus creadores. Esas imágenes autóctonas forman parte de una cosmología y una forma de ver el mundo y que en algunos casos son imágenes “sagradas” o bien, forman parte de rituales ancestrales.

Cuando una marca internacional hace uso de diseños creados por miembros de comunidades autóctonas sin que medie permiso o contrato de uso de su iconografía o diseño de prendas ¿Estamos hablando de “INSPIRACIÓN” o de PLAGIO?

Palabras clave: tradición artesanal - imagen autóctona - inspiración - plagio.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 81-82]

⁽¹⁾ **Gonzalo Javier Alarcón Vital** es Licenciado en Diseño Visual “Scuola Politecnica di Design” en Milan, Italia. Maester en Animación Gráfica “Allgemeine Gewerbeschule Basel” en Basilea, Suiza. Profesor-Investigador en la Unidad Cuajimalpa de la Universidad Autónoma Metropolitana, de 1981 a 2015. Llevó adelante numerosos Proyectos de Investigación. Actualmente profesor invitado de la Universidad Gestalt de Diseño, en Xalapa, Veracruz, México.

⁽²⁾ **Adriana E. Garrido Hernández** es Licenciada en Inglés. Posgrado en la especialidad en la Enseñanza del Inglés ofrecido por la Facultad de Idiomas de la U.V. y con otros cursos de posgrado en Ealing College of Higher Education, Londres, Inglaterra. Catedrática de la Universidad Veracruzana por 34 años (1981-2014) en la Facultad de Idiomas. Coordinadora de la Licenciatura en Enseñanza del Inglés en Línea de 2007-2014).

I. Introducción

La rica tradición artesanal de muchos países, incluido México, muchas veces ha sido utilizada a nivel internacional sin darle reconocimiento a sus creadores. Los diseños empleados por las diferentes etnias que conforman el vasto panorama cultural mexicano han dado pie a la creación de imágenes que han llegado a impactar a nivel mundial y son fácilmente reconocibles visualmente.

Pero estas imágenes forman parte de una cosmovisión, es decir de una forma particular de ver el mundo. En algunos casos son imágenes “sagradas” o bien, forman parte de rituales ancestrales.

Estas imágenes se encuentran plasmadas en artículos que tradicionalmente se han utilizado en las comunidades, cuyos integrantes las han portado para celebrar a la naturaleza, a la vida, a la muerte, al nacimiento, a alguna leyenda, etc.

Debido a las crisis en el mercado laboral, así como al deterioro del sector primario, y en busca de ingresos económicos que les permitan sobrevivir, muchos miembros de diversas comunidades han encontrado que la venta de productos que antes eran de uso exclusivo e incluso, de uso estrictamente ritual, son una fuente de ingresos alternativa y viable para subsanar sus carencias económicas.

Aunque muchas veces sin dar crédito al artesano o a su comunidad, estos diseños se han usado indiscriminadamente en productos comerciales a gran escala de reproductibilidad. En esta situación vemos a empresas como la mexicana Pineda Covalín, o las mundialmente conocidas Nike, Carolina Herrera, la argentina Rapsodia, la española Intropia, así como las francesas Christian Dior, Hermès o Luis Vuitton entre muchas otras. La publicación on line MXcity da cuenta en 2020 de 11 ejemplos de marcas que han tomado elementos mexicanos para sus productos.

Es urgente una regulación a nivel internacional para que este tipo de prácticas reñidas con la ética, sean, si no prohibidas, sí reguladas de forma tal que los legítimos creadores reciban una parte o una remuneración (regalía), lo que por ley debería corresponderles

II. Problema

La rica tradición artesanal del país ha sido utilizada a nivel internacional sin darle reconocimiento a sus creadores. En algunos casos, las obras tienen tal calidad, expresividad, color, forma, etc. que las hacen destacar de entre otros objetos similares y por tanto dejan de ser comunes y pasan de ser meros objetos artesanales, con valor y belleza propia, a considerarse obras de arte.

Afortunadamente en varios países estas piezas son debidamente reconocidas como obras de arte y sus creadores son considerados MAESTROS. Así en Japón se denominan “Tesoro Nacional Viviente” y dicho nombre se otorga a ciertos maestros de trabajos manuales. En México el Fomento Cultural Banamex tiene un programa que se denomina “Grandes Maestros” que postula lo siguiente:

Los protagonistas de este programa son los grandes maestros, quienes se diferencian del resto de los artesanos porque a través de sus obras logran transmitir un vínculo especial entre los materiales y su trabajo; plasman sobre sus piezas una chispa de genialidad, creatividad y maestría en el manejo de las técnicas (Banamex, 2021).

Este programa ha sido extendido también a Iberoamérica. Estos trabajos que se reconocen por su valor artístico y estético, se promueven en publicaciones y en las redes sociales lo cual ha propiciado su conocimiento a nivel mundial y es accesible a cualquier usuario de internet. Pero lo que es un hecho positivo a nivel de reconocimiento y difusión, también ha sido fuente de copia y apropiación indebida por grandes marcas comerciales.

III. Contexto, orígenes

La mayor parte del producto artesanal se produce manualmente y sin la utilización de herramientas muy elaboradas o maquinaria sencilla. Esta forma de producción le confiere al producto su unicidad y por lo tanto cada pieza es distinta a las demás, aunque provengan de la misma mano y más aún, cuando procediendo de un mismo lugar, los artesanos sean personas diferentes. Esto los diferencia de la manufactura industrial la cual se produce en serie y su propósito es la masificación, en contraposición al producto artesanal único. En la creación artesanal encontramos la producción de artículos utilitarios, elaborados con barro, tales como las vasijas, ollas, comales, etc.; artículos de madera para uso en la cocina o en el campo; artículos elaborados con fibras naturales y cuyo objeto es el abrigo (ropa, calzado), el descanso (hamacas, sillas, sillones), la pesca (redes), etc. Pero también existen objetos que son realizados con fines ceremoniales, rituales o de uso íntimo y en las cuales, la utilización de cierta iconografía tiene un carácter simbólico y en algunas ocasiones también mágico.

IV. Transgresión

La transgresión no puede ser sólo vista desde el punto de vista jurídico sino también desde el punto de vista ético, por lo que es necesario adoptar las medidas necesarias a fin de dar protección a la creatividad humana y más a aquéllos que desconocen que su cultura es su patrimonio y también un medio de subsistencia justo.

Actualmente vemos que hay una actividad depredadora de algunas producciones artesanales de pueblos indígenas. En algunos casos son imágenes “sagradas” o bien, forman parte de rituales ancestrales. Estas imágenes se encuentran plasmadas en artículos que tradicionalmente se han utilizado en las comunidades y las han portado exclusivamente ciertos miembros. Al extraerlas y reproducirlas arbitrariamente se trasgrede la cultura ancestral de los pueblos.

V. El paso de lo íntimo y lo privado a lo comercial

Debido a la crisis económica, así como al deterioro del sector primario, y en busca de ingresos que les permitan sobrevivir, varios miembros de diversas comunidades han encontrado que la venta de productos que antes eran de uso exclusivo al interior de su núcleo, e incluso, de uso estrictamente ritual, sean en este momento una fuente alternativa de ingresos y viable para subsanar sus carencias económicas.

En algunas regiones, los productos que ahora denominamos artesanía originalmente eran elaborados para uso personal, doméstico o de trabajo y lo realizaban los campesinos e indígenas utilizando materiales locales, generalmente de poco costo y de fácil acceso en la región. La producción de estos objetos se hacía en los ratos libres dejados por otras actividades cuyo tiempo está marcado por la estación del año, el clima, las fiestas patronales, etc., actividades tales como la agricultura, ganadería, pesca, o con las labores del hogar en el caso de las mujeres. Muchas veces estos productos eran compartidos en mercados locales. En otros casos, la artesanía ha pasado de ser una actividad realizada en los las instancias que posibilitaban las actividades primarias, a ser una actividad secundaria, estableciendo talleres o cooperativas las cuales permitían la rotación de los socios, facilitando así que no todos tuviesen que descuidar la actividad primaria en un mismo momento. En estas circunstancias, se propiciaba que la comercialización se pudiera realizar en circuitos más amplios.

El paso de campesino a obrero o jornalero los obliga a dejar sus hogares por períodos largos propiciando que ciertas artesanías tiendan a desaparecer.

Cuando pensamos en artesanía inmediatamente nos remontamos a épocas prehispanicas donde la producción se hacía de manera manual y con intervención de herramientas sencillas, y siendo la materia prima natural, como la madera, fibras, minerales, conchas, etc. Con el advenimiento de la conquista, aparecen también herramientas más sofisticadas. Por ejemplo, en el caso de la producción textil, la cual se hacía en telares rudimentarios, con limitaciones de tamaño o bien en telares de cintura, se les incorporan telares de pie (telar de lizos con pedales y enjulios) que optimizan el tiempo de producción y proveen largos paños de tela para la confección de prendas. Más adelante con la introducción de los molinos se acrecentará la industria textil.

Caso Tenango de Doria

También hay artesanías contemporáneas que tienen apenas unas decenas de años, y dentro de esta categoría tenemos a los conocidos como *Tenangos*, los cuales desgraciadamente han sido objeto de múltiples plagios.

Anteriormente dijimos que las artesanías se van perdiendo cuando los artesanos se vuelven obreros o jornaleros y ya no tienen el tiempo o la necesidad de producir artesanía para su venta, porque ese ha dejado de ser su medio de subsistencia. También con la industrialización, los aportantes de mano de obra a veces se ven obligados a dejar sus hogares para ir a trabajar a los centros de producción, que no siempre se encuentran en sus lugares de residencia, definitivamente deben trasladarse a un pueblo o ciudad remotos o en casos más

extremos ir a otros países en busca de oportunidades para poder subsistir y mantener a sus familias, como ocurre con tantos mexicanos que han debido emigrar a los Estados Unidos. El pasado mes de mayo de 2020 falleció la señora Josefina José Tavera a la cual se le atribuye el desarrollo de los dibujos bordados sobre tela denominado *Tenangos*. El siguiente relato que parece ser la “versión oficial” ya que aparece reproducido en diferentes medios, nos fue referido por la Sra. Martha Caro del pueblo de San Nicolás, en ocasión del viaje que los autores hicimos el 14 de Marzo de 2010 a dicha localidad para conocer su trabajo y documentarlo fotográficamente.

La población se encuentra en la sierra y para llegar desde Ciudad de México (CDMX) a Pachuca que es la capital del estado de Hidalgo se emplean 2 horas en automóvil, y de Pachuca a la población de San Nicolás, 4 horas por un camino sinuoso. Eso nos da idea de lo complicado que es para los pobladores acceder a centros de venta como Pachuca o a CDMX

Lo que se denomina “*Tenangos*” son bordados de hilo de algodón sobre mantas –telas de lienzo blanco– igualmente de algodón que surgieron como una alternativa económica para la población de San Nicolás, Hidalgo. Actualmente, es un trabajo que identifica a todas las comunidades pertenecientes al municipio de Tenango de Doria y en particular, a las mujeres bordadoras, quienes se caracterizan por la labor que realizan. Se reconoce a los dibujantes por sus trazos, pero, sobre todo, a los animales y personajes, reales y míticos, que forman parte de la vida y la cosmovisión Otomí (Montoya, 2020).

Historia de los Bordados denominados “Tenangos”

En la década de 1960, las comunidades otomíes de la Sierra Oriental atravesaron una fuerte crisis económica, desatada por una terrible sequía que provocó muy malas cosechas. En San Nicolás y San Pablo, comunidades del municipio de Tenango de Doria, Hidalgo, la situación fue tan devastadora que sus pobladores se vieron en la necesidad de buscar nuevas alternativas económicas. Los hombres emigraron a los Estados Unidos en busca de oportunidades de trabajo. Las mujeres, al quedarse solas, necesitaron encontrar una forma de subsistir a partir de lo que sabían hacer, de lo que conocían y de lo que tenían a la mano. Es así como se plantearon la posibilidad de que ellas, bordadoras ancestrales, comercializaran las blusas que elaboraban. Sin embargo, esta iniciativa no encontró mucho eco al principio pues los compradores no querían pagar el precio establecido para esos productos. Pero las mujeres no cejaron en su lucha por crear una fuente de trabajo a partir de sus bordados. Un caso particular y que fue determinante en San Nicolás, es el de Doña Josefina José Tavera, quien recuerda que, para ayudar en los gastos de su casa, un día su mamá le compró dos mantas pintadas con dibujos de rosas para que ella las bordara y posteriormente las llevara a vender a Pahuatlán, Puebla. Al ver las mantas, Josefina consideró que estaban muy vacías, por lo que decidió añadir más dibujos que representaban flores, animales y plantas del pueblo, y de estas combinaciones empezaron a resultar figuras irreales, asociadas a la cosmovisión otomí.



1



2



3

Foto 1. Adriana Garrido sosteniendo un mantel *Tenango*.

Foto 2. Adriana Garrido y la sra. Martha Caro.

Foto 3. Sra. Martha Caro sosteniendo una manta donde se han bordado 30 motivos que después serán cortadas para elaborar servilletas.

Cuando su madre vio las mantas, reaccionó con desánimo pues no consideraba que fueran a gustar a los compradores. Pero, para su sorpresa, las mantas gustaron mucho y encontró que los bordados de su hija podían solventar algunos gastos de la familia. Así, decidió comprar 5 mantas más y al igual que como hizo con las anteriores, Doña Josefina completó los dibujos. Posteriormente, su mamá decidió comprar las mantas sin dibujos para dar libertad a su hija de realizar los trazos que ella quisiera.

Estas mantas gustaron tanto que, ante el éxito, otras señoras del poblado de San Nicolás le empezaron a llevar mantas a Doña Josefina para que las dibujara y ellas bordaran (Fotos 1 y 2).

La venta inicial se hizo en Pahuatlán, Puebla, pero poco a poco se extendió al Estado de Hidalgo y a la Ciudad de México, que se convirtió en otro lugar importante para la comercialización de estas creaciones. La demanda de “metritos” o “cuartitos” –denominados así por el tamaño que tenían– se incrementó notablemente, por lo que empezaron a buscar bordadoras de comunidades aledañas, al tiempo que llamaron a dibujantes y vendedoras, lo que originó una división del trabajo que hasta el día de hoy prevalece.

Los metritos hoy llamados “*Tenangos*” –para hacer hincapié en la región de donde son originarios– son utilizados para elaborar manteles, cojines, sábanas, rebozos, sarapes, bolsas, morrales, entre otros. Si bien estos bordados surgieron como una alternativa económica en San Nicolás, actualmente es un trabajo que identifica a todas las comunidades pertenecientes al municipio de Tenango de Doria, según se lee en la enciclopedia libre Wikipedia al hacer una búsqueda en un navegador de internet de “Tenango (bordado)” (Foto 3).

VI. Salida de contexto

Como hemos visto anteriormente, el artesano-creador, busca nuevas formas de aplicar sus diseños a fin de ampliar su oferta. Así, los motivos TENANGO ahora se bordan sobre camisas, chamarras, pantalones vaqueros (jeans), cojines, capas, etc. El desarrollo de nuevas aplicaciones que se da de forma natural y como consecuencia del trabajo cotidiano del artesano, en algunos casos y debido a su belleza y originalidad, han sido “tomado como inspiración” por empresas que, sin mediar permiso explícito, han decidido tomar dichos diseños y los han aplicado a sus productos, los cuales se venden a precios que en algunos casos se pueden calificar de exorbitantes, pero que no retribuyen al autor o a la comunidad.

VII. Casos reales de plagio o apropiación cultural

El término plagio se define en el Diccionario de la Real Academia Española como:

La acción de «copiar en lo sustancial obras ajenas, dándolas como propias». Desde el punto de vista legal es una infracción al derecho de autor acerca de una obra artística o intelectual de cualquier tipo, en la que se incurre cuando se presenta una obra ajena como propia u original. Así pues, una persona comete plagio si copia o imita algo que no le pertenece y se hace pasar por su autor, con o sin su autorización. El plagio constituye específicamente una violación a la paternidad de la obra, considerada dentro del marco de los derechos morales (“Plagio - Wikipedia, la enciclopedia libre”, 2021).

Y con respecto al término Apropiación Cultural, Wikipedia nos proporciona la siguiente definición:

La apropiación cultural es la adopción o uso de elementos culturales por parte de miembros de otra cultura. También se conoce como apropiación cultural indebida, a menudo es retratada como dañina y se la considera una violación del derecho de propiedad intelectual contra la cultura de origen (“Apropiación cultural - Wikipedia, la enciclopedia libre”, 2021).

Y ahondando un poco más en las definiciones, tenemos esta otra proporcionada por Psicología y mente (2021)

Apropiación cultural: definición

La apropiación cultural puede ser entendida como la utilización de elementos culturales típicos de un colectivo étnicos por parte de otro, despojándola de todo su significado y banalizando su uso. Dicho de forma más breve, es lo que ocurre cuando se usurpa un elemento cultural con finalidades que nada tienen que ver con las que se le atribuyen. Sin embargo, tal y como pasa muchas veces en ciencias sociales, no existe una sola definición consensuada acerca de lo que es la apropiación cultural, y por eso algunas personas añaden un matiz a esta definición: este “robo” cultural debe ser producido por parte de una cultura hegemónica o dominante, a costa de otra que es sometida a la primera (“¿Qué es la apropiación cultural? Causas y ejemplos”, 2021).

En México los casos de plagio son múltiples y desgraciadamente no sólo son los Otomíes de la Comunidad de Tenango de Doria de la Sierra de Hidalgo los únicos que sufren de plagio. Tiendas departamentales mexicanas tales como Liverpool y El Palacio de Hierro venden marcas que han cometido plagio. También se pueden encontrar este tipo de productos en la tienda en línea Amazon. En el mismo caso se encuentra la empresa mexicana Pineda Covalín que es conocida por copiar la iconografía mexicana y producir sus productos en China. En su artículo “11 Ejemplos de marcas que han tomado elementos mexicanos para sus productos” la publicación digital MXCity = Guía Insider (2020), pone de manifiesto dichas prácticas. También están las estadounidenses J. Marie Collections, o las internacionales como Dolce&Gabbana a la cual el periódico *Milenio digital* (2018) se refirió como Apropiación cultural y habla de “una mala interpretación de la cultura mexicana”. También en el citado artículo de MXCity 2020 tenemos otros ejemplos de marcas como Rapsodia en 2016, Zara en 2018, Mango en 2017, Desigual e Intropia en 2017, Michael Kors en 2018, Jean Paul Gautier en 2015, Christian Dior en 2018, Carolina Herrera y las francesas Hermes, Christian Dior en 2018, Louis Vuitton en 2020 e Isabel Marant en 2015 y 2020, que han usado los diseños de comunidades indígenas sin que estas reciban el reconocimiento de sus diseños y mucho menos una remuneración económica por el uso indebido de sus creaciones.

Otro caso de plagio es el de la compañía española Intropia la cual copió el diseño de un huipil chinanteco de la comunidad de San Juan Bautista Tlacoatzintepec, Oaxaca. “Ahora la firma española Intropia plagia el diseño de un huipil chinanteco” (Matías, 2017). En 2016, la marca argentina de ropa Rapsodia fue motivo de una petición en Change.org denominada “Rapsodia: No más plagios ni apropiaciones al patrimonio de pueblos

indígenas”, en la cual es acusada de copiar un bordado zapoteca originario del pueblo San Antonino Castillo Velasco (Muñoz, 2016). Y según aparece en un reportaje del *New York Times* titulado: *Carolina Herrera: ¿apropiación cultural u homenaje?* el diseñador de la empresa Wes Gordon, ante un extrañamiento hecho por parte de la Secretaría de Cultura de ámbito federal cuya titular es Alejandra Frausto, acerca de la apropiación de los diseños, se limitó a decir que se habían “inspirado” en ellos y que lo hacía como un homenaje a la artesanía del país (Friedman, 2019).

Lo anterior también fue reportado por el periódico *El País* en su reportaje titulado; *Carolina Herrera responde a la polémica: su colección “rinde homenaje” a México* (Beauregard, 2019).

De la artesanía textil denominada *Tenangos*, que como se comentó anteriormente, ha sido víctima de múltiples plagios, existen varios casos que se encuentran bien documentados tanto en la prensa nacional como en la internacional y ha llegado hasta el *New York Times* que publica un artículo al respecto titulado: “¿Admiración o apropiación? Los bordados mexicanos de Tenango tienen fama global. La iconografía distintiva de un pueblo indígena otomí ha atraído la atención no solicitada de las casas de moda, que han incorporado imágenes similares en sus diseños, a menudo sin crédito” (Malkin, 2013).

También en la página web de la empresa Tia Stephanie Tours de Ann Arbor, Michigan aparece un extenso artículo referente al plagio denominado “Plagiarism, Otomi Tenangos & Travel” donde da cuenta de plagios flagrantes a los creadores de Tenangos (Schneiderman, 2020)

En páginas de Mercado Libre se puede encontrar que varios proveedores ofertan productos tales como manteles, servilletas, caminos de mesa, fundas para almohadas, etc. Sin embargo, las piezas se estampan sobre poliéster a un precio muy bajo compitiendo con los productos originales. Las piezas producidas por los artesanos se elaboran a mano, sobre manta de algodón y con hilo igualmente de algodón, confiriéndoles un carácter único a cada una de ellas, las cuales por sus características tienen un precio mayor. En el primer caso, el tiempo de entrega es de 3 a 5 días independientemente de la cantidad y el tamaño, y en el caso del producto original, para un pedido de varias piezas –por ejemplo de fundas para cojín–, la entrega puede ser de hasta de 3 meses y medio (“Mantel Circular Tenango 145 cm De Diámetro - \$ 800”, 2021).

La impresión sobre soporte de poliéster garantiza la uniformidad del producto estampado, mientras que, en el caso del bordado –aunque el producto sea del mismo diseño–, existe unicidad debido a su carácter de artesanía bordada a mano (Foto 4).

Otro caso es el de la empresa española Mango, la cual lanzó una colección de suéteres con diseños Tenango. Al ser cuestionado Guillermo Coromina Palomar, director de comunicación de la compañía, por parte de la Lic. Alejandra Frausto, éste indica que se percataron del error en la apropiación y utilización de la iconografía, a través de medios de comunicación y argumentó que sus diseñadores las habían encontrado navegando por internet, siendo ignorantes de su procedencia y que los tomaron como fuente de inspiración.

Afortunadamente, reconocieron su falta y retiraron las prendas del mercado y dijeron estar en la mejor disposición para llegar a un acuerdo para reparar el posible daño causado, el cual nunca reconocieron como plagio (SinEmbargo, 2017).



Foto 4. Aquí se puede ver cómo las piezas estampadas se producen en serie. Fotografía tomada de una publicación de Mercadolibre.mx

Aunque vistos los diseños nos podemos percatar de que en realidad se trató de una copia y al no haber permiso por parte de los creadores originales, dicho acto se tipifica como plagio.

Otro caso es la tienda estadounidense The Pottery Barn, la cual, utilizando los diseños tenangos con sus característicos colores, disposición, motivos, etc. ofrece fundas de cojines que incluyen una etiqueta de “Made in China” (García, 2019).

A raíz de lo anterior la señora Martha Aguilar, residente de Chula Vista, California, abrió una solicitud en la página de Change.Org, solicitando firmas para que la empresa dejara de comercializar lo que llamó “*fake Otomi embroidery*”, bordados otomis falsos. La petición de la Sra. Aguilar obtuvo miles de apoyos, incluido el de Marie Therese Arango, presidenta fundadora vitalicia del MAP, Museo de Arte popular en la CDMX y que tiene en exposición varias piezas “*Tenango*” (Aguilar, 2000).

Afortunadamente la empresa retiró los productos de tiendas Mexicanas, pero no se sabe si también lo hizo en sus otras tiendas en el extranjero.

Siguiendo con casos de plagio, en el ámbito mexicano, uno lo cometió la compañía suiza Nestlé en 2015, en su campaña publicitaria denominada “Chocolate Abuelita Enaltece la cultura Indígena Mexicana”, reproduciendo dibujos de Chiapas, Oaxaca y de los Tenangos de Hidalgo. En este último caso, se valió de diseños de un venado, un colibrí y un armadillo que fueron reconocidos por Adalberto Flores Gómez y su esposa Angélica Martínez como propios. Como respuesta a la demanda, Julieta Loaiza, vicepresidenta de Comunicación Corporativa de Nestlé, afirmó que en 2014 quien se encargó de la campaña fue la agencia publicitaria JWT, deslindándose de esta manera de los hechos (Becerra, 2017).

En un video presentado por Nathali González el 26 de Junio de 2019 se reporta que esta demanda se encuentra actualmente en revisión (González, 2021).

En otro caso, la marca francesa Louis Vuitton utilizó para su silla modelo R98619, iconografía Tenango en su tapizado.

En la publicación del periódico *El Sol de México* en línea del lunes 8 de julio de 2019 se comenta que la Secretaría de Cultura pidió a Louis Vuitton aclarar la elaboración de diseño de una silla que forma parte de su colección Dolls by Raw Edges.

Nos hemos enterado con sorpresa de que en la colección Dolls by Raw Edges de su firma, aparece una silla (modelo R98619) en la que se reproducen elementos que forman parte y se identifican con los bordados que se elaboran y son propiedad intelectual de la comunidad de Tenango de Doria, en el estado de Hidalgo, así como de sus artesanos (“México pide a Louis Vuitton aclarar elaboración de diseño de una silla”, 2019).

Aunque este caso es peculiar, ya que LV respondió que personal de su empresa adquirió los textiles directamente de los artesanos en un viaje a la comunidad y que con ellos se elaboraron prototipos que fueron presentados en Milán. (Mora, 2019)

El periódico el Universal reporta que, la subsecretaria de Participación Social y Fomento Artesanal, de la Secretaría de Desarrollo Social, Kenia Montiel Pimentel, comentó que se hizo una compra por parte de personal de la empresa Louis Vuitton el cual acudió a la comunidad de Tenango de Doria. Los lienzos adquiridos servirían para la elaboración de una colección de sillas. Pero no es claro si las telas que se utilizaron para la confección final de la mencionada silla también fueron adquiridas o si fueron replicadas en otro lugar y por otros medios. O bien, si dicha silla se produjo de forma masiva o se quedó a nivel de prototipo. En todo caso, la silla ha sido retirada de la página oficial de la firma (Mora, 2019).

Otra empresa que ha sido reiterativa en su práctica de plagio es la de la diseñadora francesa Isabel Marant quien presentó en su colección “Etoile” primavera-verano 2015 una blusa para la cual tomó motivos utilizados en los bordados de la etnia Mixe y que son de uso tradicional en Santa María Tlahuitoltepec en el estado de Oaxaca. Este caso fue mucho más lejos ya que dicha diseñadora a su vez, fue demandada por la empresa también francesa, Antik Batik, por haberle plagiado supuestamente los diseños. El asunto se fue a los tribunales franceses y en su descargo, Isabel Marant declaró y demostró con imágenes, que los diseños provenían de Tlahuitoltepec y que en todo caso, ellos eran los creadores originarios de los diseños. La corte confirmó que el diseño original era proveniente de la comunidad, y que ninguna de las dos empresas podía obtener los derechos de autor sobre esos diseños (Rodríguez Ceballos, 2015).

Isabel Marant en Octubre del 2020 recibió una queja de parte de la Secretaria de Cultura del gobierno mexicano Alejandra Frausto por haber plagiado una vez más y de manera íntegra (diseño, textura, material) prendas de una comunidad purépecha de Michoacán. Esta vez la diseñadora pidió disculpas, las cuales no fueron aceptadas por la representante del gobierno mexicano porque, dijo, las disculpas se las debía a la comunidad de artesanos a quienes robó el diseño (Holgado Lázaro, 2020).

Afortunadamente estas acciones han rendido frutos, ya que la empresa Louis Vuitton e Isabel Marant han comentado que tienen intención de trabajar de manera conjunta con las comunidades indígenas en las cuales se han inspirado para poder colaborar de artista

a artista, de forma que se trabaje con respeto entre ambas entidades y que el resultando redunde en beneficio para ambas partes.

Para lograr lo anterior, se llevó a cabo una primera reunión virtual entre la diseñadora Isabel Marant y la titular de la Secretaría de Cultura Lic. Alejandra Frausto en donde se tocaron los temas de los derechos colectivos de las comunidades indígenas y se puso de manifiesto el concepto de moda ética.

La Lic. Frausto invitó a la diseñadora a que una vez que se den las condiciones de sanidad adecuadas, visite las comunidades y dialogue personalmente con las artesanas y conozca de primera mano los procesos de creación de sus prendas (Secretaría de Cultura, 2020).

Un proyecto que conjunta la tradición artesanal y la modernidad es el denominado VOCHOL. “El *Vochol* es un Volkswagen Sedán que ha sido decorado con arte huichol perteneciente al centro-este de México. El nombre es una combinación del término popular mexicano “*vocho*”, vocablo con que se denomina al sedán VW, y de la palabra huichol, nombre que usualmente se le da a la etnia indígena wixárika (Cruz, 2010).

Para la creación del *Vochol*, se emplearon lo que en México se conoce como “*chaquiras*” que son cuentas de colores y que son utilizadas por los miembros de la etnia wixárika, conocida comúnmente como huicholes en la elaboración de distintas piezas artesanales de uso ritual y comercial. En la expresión artesanal original, las piezas de arte huichol son cuadros realizados con chaquiras que se fijan a un soporte, generalmente de madera plana, aunque también se ponen en máscaras, figuras de animales y otros objetos tridimensionales. Se adhieren al soporte con Cera de Campeche, la cual toma el nombre del estado homónimo, que en algún momento fue el más grande productor de dicho material en México. De esta técnica que recubre la superficie de los objetos como una nueva piel cargada de simbolismos, sale la idea de decorar un vehículo emblemático, que por muchos años se produjo en México y que permite conjuntar una tradición artesanal con un objeto de nuestra era. En este caso el material de fijación fue resina (Artes de Mexico, 2005).

Otra historia de éxito artesanal es la de Jacobo y María Ángeles (Jacobo, 2020), dos artesanos zapotecas igualmente de San Martín Tilcajete, Oaxaca quienes fueron contratados por la empresa Mercedes Benz para decorar una de sus camionetas Clase G. (Rodríguez, 2020). Estos artesanos son mundialmente famosos, ya que fueron los que inspiraron la película *Coco* de Disney Pixar y que obtuvo muy buena acogida a nivel mundial (Palacios, 2018).

En el caso de la empresa Louis Vuitton, que ha decidido colaborar con artesanos del estado de Oaxaca, de la comunidad de San Martín Tilcajete y específicamente con los maestros del taller Casa Don Juan (Don Juan, 2019) a quienes se encomendó la intervención de baúles para su colección “*Power Animals*”, que consta de 15 baúles sobre los cuales se reproducen 20 animales. Pero lo más importante es que se utilizan para la decoración, figuras conocidas como “*alebrijes*” que son animales fantásticos, conocidos y reconocidos mundialmente. Estos surgieron de la mente del Sr. Pedro Linares López (SEP, 2015) que los creó en papel maché y cartón y que posteriormente llegaron a Oaxaca donde los artesanos del lugar los tallaron en madera de la región llamada Copal, dando así inicio a una nueva vertiente dentro de la artesanía. Es por eso que la empresa francesa se dirigió a la comunidad oaxaqueña de San Martín, en busca de los maestros talladores que realizaron el proyecto. Lo que no ha trascendido es la cantidad que se les pagará a los artesanos y si ésta estará en relación directa con los precios de venta de dichas obras (Cortéz, 2020).

Al respecto expresó la vocera de LV Natalia Herrera según aparece en la publicación Forbes que:

En respeto al comercio justo y la admiración por el arte y la autoría, clientes y maestros artesanos tendrán un diálogo directo y abierto sobre el proceso creativo. Este proyecto ha sido creado bajo los más altos parámetros de respeto y buenas prácticas en el marco de la Ley Federal de Derechos de Autor y la Ley de Salvaguardia de los conocimientos, identidad y cultura de las comunidades indígenas (Ramírez, 2020).

Esto es ya un primer paso para el reconocimiento del trabajo artesanal. Además, el director de Casa Don Juan comentó en una entrevista que está en video y que se puede ver en YouTube, que los clientes que en México adquieran un baúl de Louis Vuitton y quieran que sea intervenido por artesanos, la compañía los pondrá en contacto directo con los artesanos para que entre ellos lleguen a un acuerdo y que el pago sea justo y de esa manera se establezca una relación honesta y respetuosa entre la empresa LV y los artesanos de Casa Don Juan (Milenio Noticias, 2020).

Pero esto ha causado una controversia entre ambos talleres de artesanos. El taller Jacobo y María Ángeles considera que hay mucha similitud entre los motivos por ellos elaborados y aquéllos utilizados por los artesanos del taller Casa Don Juan, ambos de la comunidad de San Martín Tilcajete Oaxaca. Según los primeros existe una “lamentable coincidencia” en el uso de colores, patrones y figuras que se utilizan en el proyecto con Louis Vuitton por parte de Casa Don Juan y los propios. Aunque, indicaron que Louis Vuitton no tiene ninguna responsabilidad en dicha similitud, aseguraron que serían “especialistas legales” quienes analizarán “si se infringió alguna ley relacionada con derechos de autor o propiedad intelectual” (Miranda, 2020).

Frente al anterior señalamiento, los artesanos comentaron que en la comunidad existen más de 130 talleres y que todos ellos viven de los alebrijes y que, además, todos los habitantes comparten la herencia zapoteca. Waldo Hernández, director de la Casa Don Juan, comentó: “Argumentan que se parecen nuestras piezas... en efecto, todos en el pueblo hacemos esos conejos, coyotes, jaguares y serpientes, porque son nuestros animales. ¿Qué quién las hizo primero? Eso habría que preguntárselo a nuestros abuelos y padres”, y aseguró que este conocimiento se trata de una herencia colectiva (Miranda, 2020).

VIII. Legislación

Como hemos podido ver en los casos presentados anteriormente, el plagio es muy recurrente en la artesanía y ocurre principalmente en el campo de los textiles. Los diseños se pueden encontrar fácilmente vía internet, tal como lo declaró el encargado de comunicación social de la empresa Mango (SinEmbargo, 2017). No es necesario ir a las comunidades, –ahorrándose el viaje–, para obtener los diseños. Es cuestión de navegar un poco por

internet y se encuentran diseños originales de muchas partes del mundo, los cuales son susceptibles de ser copiados y reproducidos sin pagar absolutamente nada.

El problema es que el arte popular no está protegido y es muy difícil de registrar, ya que se da como una expresión de un pueblo o una región y sólo en pocas ocasiones, se puede saber con exactitud quién es el autor de cierta artesanía. Eso sólo es factible en las nuevas manifestaciones artesanales como los Tenangos y los alebrijes, que como hemos expuesto anteriormente, son creaciones del siglo pasado.

Primeramente veamos a qué nos referimos cuando hablamos de artesanía y el por qué es tan difícil protegerla.

La UNESCO aporta la siguiente definición de Artesanía:

Los productos artesanales son aquellos realizados por artesanos, bien totalmente a mano, con herramientas o incluso con medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano permanezca como el componente más substancial del producto final. Se producen sin restricciones de cantidad y utilizando materias primas de recursos sostenibles. La especial naturaleza de los productos artesanales proviene de sus características distintivas que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, culturalmente unidas y socialmente simbólicas y significativas (“International Symposium on Crafts and the International Market: Trade and Customs Codification, Manila, 1997”).

A su vez, la OMPI, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual en inglés WIPO (World Intellectual Property Organization) en su “Breve reseña 5” del año 2016 ante la pregunta: ¿Qué es la “Artesanía”?, coincide básicamente, aunque con otras palabras, con la definición de la UNESCO (OMPI, 2016).

En la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos Indígenas se establece en su Artículo 11 y 31, fracción 1 lo siguiente:

Los pueblos indígenas tienen derecho a mantener, controlar, proteger y desarrollar su patrimonio cultural, sus conocimientos tradicionales, sus expresiones culturales tradicionales y las manifestaciones de sus ciencias, tecnologías y culturas, comprendidos los recursos humanos y genéticos, las semillas, las medicinas, el conocimiento de las propiedades de la fauna y la flora, las tradiciones orales, las literaturas, los diseños, los deportes y juegos tradicionales, y las artes visuales e interpretativas. También tienen derecho a mantener, controlar, proteger y desarrollar su propiedad intelectual de dicho patrimonio cultural, sus conocimientos tradicionales y sus expresiones culturales tradicionales (Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos Indígenas, 2018).

Y en la sección 2 del mismo artículo afirma: “Conjuntamente con los pueblos indígenas, los Estados adoptarán medidas eficaces para reconocer y proteger el ejercicio de estos derechos” (Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos Indígenas, 2018).

Una característica sumamente importante de la “artesanía tradicional” es el hecho de que se transmite de generación en generación y de que está vinculada a una comunidad indígena local.

Pero ¿qué se ha hecho en México para proteger a los artesanos y a su producción?, dado que hasta el momento no existe una legislación que proteja a los creadores artesanales en materia de propiedad intelectual.

El primer problema con el que nos encontramos es que en México se ha optado por hablar de “marcas colectivas” y no de derechos de autor. La diferencia es sustancial y aquí nos auxiliamos con la definición que da la OMPI (Organización Mundial de Propiedad Intelectual) en relación a Marcas colectivas y marcas de certificación:

Las marcas colectivas y de certificación pueden utilizarse para informar al público de determinadas características de los productos o servicios comercializados bajo dichas marcas. La marca colectiva distingue los productos y servicios de los miembros de una asociación, que es la propietaria de la marca, de los de otras empresas. No es obligatoria la certificación; cualquier miembro de la asociación tiene derecho a utilizar la marca (OMPI, 2016).

Desde hace algunos años, se ha estado trabajando en la gestión de marcas colectivas con el fin de proteger a los artesanos que se han visto afectados por la piratería que de sus productos se hace. Con esto, las comunidades contarán con registro oficial para distinguir sus productos.

Aunque esto no es igual a la llamada “denominación de origen”, si proporciona a los artesanos un instrumento que les permite proteger jurídicamente la propiedad intelectual de sus bienes y tener un uso exclusivo (SUN, 2010).

Uno de los problemas que inmediatamente surge es que, como comenta el diputado del PRD Francisco Martínez, y publicado en la Gaceta Parlamentaria en la Iniciativa -3:

No se puede decir que exista una propiedad individual de los diseños artesanales y sus técnicas de elaboración, los cuales son aprendidos y reelaborados de generación en generación; es, por tanto, una propiedad colectiva de los pueblos y comunidades que los elaboran (Martínez, 2015).

Que es exactamente el argumento utilizado por Waldo Hernández, director de la Casa Don Juan ante el señalamiento hecho por el taller Jacobo y María Ángeles, en su diferendo en relación a las imágenes de los alebrijes, tal y como lo comentamos en la sección anterior. También el Fondo Nacional de las Artesanías (FONART) de México, comenta al respecto: “como parte de la protección del trabajo de los artesanos mexicanos, el Fonart ha impulsado la gestión de marcas colectivas que buscan un registro oficial de las comunidades”. Con ello, “se protege jurídicamente la propiedad intelectual y el uso exclusivo de sus creaciones” según lo reporta el periódico Milenio (Ochoa, 2015).

En el periódico *El Informador.MX*, Alberto Monjarás Osorio, funcionario del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, explicó que “la idea de la marca colectiva es tratar de agrupar artesanos organizados porque es más difícil que de manera individual se puedan

emprender acciones de preservación de este patrimonio (“La piratería y el desuso atentan contra artesanías”, 2010).

En el artículo denominado: *#Piratas: Christian Dior copia descaradamente los diseños huicholes*, Omar Porcayo reporta que:

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) es el encargado de salvaguardar los derechos de los autores. En casos como los diseños indígenas, muchos están registrados bajo la figura de [autoría colectiva] que, según expertos, tiene vacíos legales y hace muy compleja la tarea de reclamar los plagios (Porcayo, 2018).

Por su parte, la subsecretaria de Participación Social y Fomento Artesanal de la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol), Kenia Montiel Pimentel comenta al periódico *el Universal* el 14 de octubre de 2017 que:

En el caso de los tenangos y el plagio sufrido por parte de la firma Mango, uno de los obstáculos por los que los bordados han sido retomados por diversas firmas, es que no se ha podido tramitar la denominación de origen debido a que la tela que es manta y los hilos pueden encontrarse en cualquier lugar.

Aunque existen estas declaraciones de buena voluntad, la verdad es que hasta el momento no ha sido posible detener ni el plagio, ni la piratería de los diseños y de los productos.

Indrasen Vencatachellum, director del programa de Diseño y Artesanía de la UNESCO entre 1998 y 2008 y fundador-coordinador de la Red Internacional para el Desarrollo de la Artesanía (RIDA) Especialista en Industrias Culturales comenta en un artículo: “La piratería es la parte negativa de la globalización por la invasión de productos de todas partes del mundo, lo cual hace complicado proteger el trabajo artesanal de una comunidad”.

Pero también reconoce que:

Es difícil distinguir los originales de las copias. Para proteger un producto es indispensable seguir unas normas como el derecho del autor, pero en varios países la artesanía es el resultado de una transmisión de técnicas, diseños y motivos que pertenecen a una comunidad. Ese es el problema: es muy complicado proteger a un grupo porque el derecho es personal (Palapa Quijas, 2007).

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) en su publicación denominada: *La Propiedad Intelectual y la Artesanía Tradicional* nos indica que:

... los artesanos y las organizaciones de artesanía también pueden utilizar los derechos de propiedad intelectual, como las marcas, las indicaciones geográficas, el derecho de autor, los dibujos y modelos industriales o las patentes, para promover sus intereses. Concretamente, se pueden utilizar esos derechos para proteger la artesanía tradicional contra la reproducción y la adaptación no autorizadas, y contra el uso engañoso de su estilo y reputación (OMPI, 2016).

Y para concluir con las referencias, reportamos la siguiente entrada encontrada en el Archivo de dudas frecuentes, publicado la ONG Derechos Digitales de Chile, el cual ante la pregunta ¿Están protegidas las artesanías por derechos de autor?, nos arroja la siguiente respuesta:

No. Las artesanías no constituyen obras protegidas, por tratarse de productos fabricados en grandes números. La explicación tradicional es que, tal como ocurre con la ropa, la mueblería y la decoración, la artesanía puede contener alguna expresión de naturaleza artística en su diseño, pero su aplicación es industrial en cuanto a su destinación, por lo que estaría fuera del alcance de los derechos de autor. Esto se debe, por lo demás, a la formulación del derecho de autor como un régimen de protección para la obra individual, creada por miembros de una elite artística, no para la creatividad manifestada en serie que es propia de la artesanía (“¿Están protegidas las artesanías por derechos de autor? - Archivo de Dudas Frecuentes”, n.d.).

Así que como hemos visto hasta el momento, los productos artesanales en México y en el resto del mundo son sumamente difíciles de proteger. Ya que en principio no queda claro si se pueden o no registrar bajo el esquema de derecho de Autor, dado que rara vez son de creación unipersonal y original.

Y finalmente, por lo que respecta a México, el día 15 de noviembre de 2018, se ha presentado por parte de la senadora Susana Harp Iturribarría y del senador Ricardo Monreal Ávila, el proyecto de decreto de la Ley de Salvaguardia de los Conocimientos, Cultura e Identidad de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afro-mexicanos. Este proyecto ya ha sido avalado tanto por la Cámara de Diputados como por la Cámara de Senadores las cuales conforman el congreso nacional. El siguiente paso es enviarlo al presidente de la república, titular de poder ejecutivo federal, para que emita un dictamen el cual deberá publicarse en el Diario Oficial de Federación (DOF) y entrará en vigor el día siguiente al de su publicación.

Esta ley sólo es válida para la República mexicana, por lo que en caso de plagio por parte de algún extranjero, que por lo general sucede la mayoría de las veces, tendrían que buscarse otros medios legales a nivel internacional para hacer válida la demanda (Harp Iturribarría & Monreal Avila, 2018).

La senadora Harp Iturribarría es Presidenta de la Comisión de Cultura del Senado de la República. Ha sido muy activa denunciando plagios, especialmente los de la francesa Isabel Marant que plagió blusas de comunidades de Oaxaca, estado del cual ella es representante. También denunció los plagios de las blusas tradicionales de San Antonino Castillo Velasco por parte de la argentina Rapsodia, y del diseño de los huipiles de San Juan Bautista Tlacoatzintepec en este caso delito perpetrado por la española Intropia. Ambas poblaciones del mismo estado de Oaxaca.

La senadora Harp, señaló que en el caso de la relación entre la firma Louis Vuitton y el taller Casa Don Juan para la decoración de baúles, dicha colaboración se realizó con apego a la Ley de Salvaguarda de Conocimientos, Cultura e Identidad de los Pueblos y Comunida-

des Indígenas y Afro-mexicanas, por ella promovida, tal y como lo había en su momento señalado Natalia Herrera, curadora de Louis Vuitton.

También comentó que la empresa mexicana Pineda Covalín (acusada en múltiples ocasiones por el plagio de motivos autóctonos de diferentes etnias y comunidades) ha tenido una actitud favorable hacia la práctica de un comercio justo y respetuoso con el arte oaxaqueño (Rodríguez, 2020).

Por su parte la Secretaria de Desarrollo Social, Kenia Montiel Pimentel comentó al *Diario el Universal* en el citado artículo de 2017 que:

En un acercamiento con la compañía Cuca & Paloma, de la ciudad de Queretaro en México, se trabajó para que se incluyera una tarjeta en las bolsas que ofertan en su página en línea, donde aceptaron que el bordado es de origen hidalguense y se especifica el nombre de la persona que lo efectuó. Eso es lo que se busca con las marcas que de manera indebida se apropian de los dibujos, como lo hizo Mango (“Otra vez “piratean” a artesanos sus bordados tenangos”, 2017).

En la página Derecho en Acción del Centro de Investigación y Docencia Económica A.C. (CIDE) la autora Lucero Ibarra Rojas en su artículo ¿Qué significa proteger el sector artesanal? El debate pendiente sobre propiedad intelectual en México, apunta lo siguiente:

En el caso de México, como se ha señalado en la propuesta de Susana Harp para reformar la Ley de Derecho de Autor (Harp, 2019), las ‘expresiones de las culturas populares’ identificadas en esta ley como aquellas sobre las que no se puede acreditar un autor individual, son ubicadas en el dominio público. Esto significa que este sector cultural se encuentra libre para su uso y para la producción de obras derivadas. Las comunidades no tienen un respaldo jurídico para pedir retribuciones económicas ya que solamente tienen derechos respecto de su deformación o si se causa algún perjuicio a la comunidad. Si retomamos el caso de Marant como ejemplo, su defensa se esbozó precisamente en reconocer el origen del diseño en la comunidad de Tlahuilottepec y de acuerdo con la Ley de Derecho de Autor, esto era suficiente (Ibarra Rojas, 2019).

Conclusiones

A nivel mundial, la reproducción ilícita de artesanías es un problema que afecta a los países, sean estos desarrollados o aquellos que aún están en vía de desarrollo, esto de acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (Palapa Quijas, 2007).

Como hemos visto a lo largo de los casos expuestos y apoyándonos en documentos elaborados por autoridades competentes tanto nacionales con internacionales, nos damos cuenta de que es prácticamente imposible poder registrar el diseño autóctono, dado que

el trabajo artesanal se considera creación de una comunidad y no de una persona porque se nutre de la tradición, cultura, costumbres, etc. de una región en específico, y se puede considerar como una marca colectiva, pero que no es susceptible de registro bajo el rubro de derechos de autor. Y ante el vacío legal, continuarán los plagios. Ya que como lo comentó el Lic. Luis Raúl González Pérez, titular de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH), las leyes por sí mismas no resuelven el problema de la piratería y de la apropiación cultural, pero sin ellas no se puede avanzar (González Pérez, 2019).

Si bien existe la iniciativa del Registro de Marca Colectiva ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (IMPI), el tema de la copia ilícita de los productos artesanales de México continuará en el debate mientras no se reconozcan los derechos colectivos de los pueblos indígenas y se adopten medidas eficaces para proteger la creatividad de los artesanos (Palapa Quijas, 2007).

En el caso de la Ley de Salvaguardia de los Conocimientos, Cultura e Identidad de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afro-mexicanos (Senado, 2018) promovida por la senadora Harp, ésta sólo es válida para la república mexicana, por lo que en caso de plagio por parte de algún extranjero, -lo que sucede muchas de las veces-, tendrían que buscarse otros medios legales a nivel internacional para hacer válida la demanda (Senado, 2018).

Así que lo único posible es apelar a la ética y la buena fe de las empresas para que reconozcan la autoría de los motivos y diseños elaborados por comunidades, les den el crédito público como autores de la iconografía con todas sus características y les remuneren por el uso comercial que de ellas harán.

Como conclusión y ante el gran caudal de antecedentes expuestos anteriormente, pensamos que nos podemos poner de acuerdo en lo que es la artesanía, pero no en cómo protegerla, al menos por el momento.

Bibliografía/Referencias

- ¿Dolce & Gabbana deshonró a la cultura mexicana?. Milenio.com. (2018). Recuperado 5 Abril 2021, de <https://www.milenio.com/estilo/dolce-gabbana-deshonro-a-la-cultura-mexicana>.
- ¿Están protegidas las artesanías por derechos de autor? - Archivo de Dudas Frecuentes. Archivo de Dudas Frecuentes. Recuperado 24 Abril 2021, de <https://dudas.derechosdigitales.org/caso/estan-prottegidas-las-artesantias-por-derechos-de-autor/>.
- ¿Que es la apropiación cultural? Causas y ejemplos. Psicologiyamente.com. (2021). Recuperado 18 Mayo 2021, de <https://psicologiyamente.com/social/apropiacion-cultural>.
- 11 ejemplos de marcas que han tomado elementos mexicanos para sus productos. MXCity | Guía de la Ciudad de México. (2019). Recuperado 10 Abril 2021, de <https://mxcity.mx/2019/06/ejemplos-de-marcas-que-han-tomado-elementos-mexicanos-para-sus-productos/>.
- Aguilar, M. (2000). <https://www.change.org/p/williams-sonoma-pottery-barn-please-stop-selling-fake-otomi-embroidery-items-made-in-china> the Petition. Change.org. Recuperado

- 19 Febrero 2021, de <https://www.change.org/p/williams-sonoma-pottery-barn-please-stop-selling-fake-otomi-embroidery-items-made-in-china>.
- Apropiación cultural* - Wikipedia, la enciclopedia libre. Es.wikipedia.org. (2021). Recuperado 5 Abril 2021, de https://es.wikipedia.org/wiki/Apropiaci%C3%B3n_cultural.
- Artes de México, M. (2005). *Arte Huichol* [Ebook] (1st ed.). Artes de México. Recuperado 10 Mayo 2021, de <https://colsan.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1013/493/1/Materiales%20del%20arte%20huichol.pdf>.
- Banamex, B. (2021). *Compromiso Social, Arte y Cultura, Apoyo al Arte Popular*. Citibanamex. Recuperado 28 Abril 2021, de <https://www.banamex.com/compromiso-social/programa/?id=24>.
- Beauregard, L. (2019) EL PAIS. Recuperado 18 Abril 2021, de https://elpais.com/elpais/2019/06/13/estilo/1560376955_274113.html.
- Becerra, J. (2017). *Artesanos hidalguenses demandan a Nestlé por plagio*. Revista Coma. Recuperado 30 Abril 2021, de <https://comunicacionanahuac.blogspot.com/2017/10/artesanos-hidalguenses-demandan-nestle.html>.
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos. Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos Indígenas (2018). Ciudad de México.
- Cortés, J. (2020). *Alebríes oaxaqueños adornan los lujosos baúles de Louis Vuitton* [Video]. Recuperado 24 Abril 2021, de https://www.youtube.com/watch?v=D4KU_DKdgJg.
- Cruz, M. (2010). International Business Times. Recuperado 21 Mayo 2021, de <https://archive.is/20130126000547/http://mx.ibtimes.com/articles/7867/20101210/vochol-museo-arte-popular-huicholes-representantes-imagen-gira.htm>.
- Demanda por plagio Tenangos vs Nestlé esta en revisión*. Criterio Hidalgo. (2019). Recuperado 30 Abril 2021, de <https://criteriohidalgo.com/noticias/demanda-por-plagio-tenangos-vs-nestle-esta-en-revision>.
- Don Juan, C. (2019). *Alebríes Casa Don Juan*. Alebríescasadonjuan.org. Recuperado 21 Abril 2021, de <https://alebríescasadonjuan.org/colaboraciones>.
- Friedman, V. (2019). *New York Times*. www.nytimes.com. Recuperado 10 Mayo 2021, de <https://www.nytimes.com/es/2019/06/13/espanol/cultura/carolina-herrera-disenos-mexicanos.htm>.
- García, O. (2019). *Al menos 4 plagios de tenangos en los últimos 5 años*. La Silla Rota. Recuperado 19 Febrero 2021, de <https://hidalgo.lasillarota.com/al-menos-4-plagios-de-tenangos/309384>.
- González Pérez, L. (2019). Cndh.org.mx. Recuperado 25 May 2021, de https://www.cndh.org.mx/sites/default/files/documentos/2019-05/Com_2019_196.pdf.
- González, N. (2021). [Image]. Recuperado 30 Abril 2021, de <https://www.youtube.com/watch?v=TH1eY6lOoOc>.
- Harp Iturríbarria, S. (2019). *Intervención de la Senadora Susana Harp Iturríbarria*. Senado.gob.mx. Recuperado 25 Mayo 2021, de <https://www.senado.gob.mx/64/intervenciones/1149/18505>.
- Harp Iturríbarria, S., & Monreal Avila, R. (2018). *Senado de la República*. Senado.gob.mx. Recuperado 25 Abril 2021, de https://www.senado.gob.mx/64/gaceta_del_senado/documento/86118.

- Holgado Lázaro, S. (2020). *Apropiación Cultural en México*. enriqueortegaburgos. Recuperado 19 Abril 2021, de <https://enriqueortegaburgos.com/apropiacion-cultural-isabel-marant-mexico/>.
- Ibarra Rojas, L. (2019). *¿Que significa proteger el sector artesanal? El debate pendiente sobre propiedad intelectual en México*. Derecho en Acción. Recuperado 24 Abril 2021, de <http://derechoenaccion.cide.edu/que-significa-protger-el-sector-artesanal-el-debate-pendient-te-sobre-propiedad-intelectual-en-mexico/>.
- International Trade Centre UNCTAD/WTO (Switzerland). (1997). International Symposium on Crafts and the International Market: Trade and Customs Codification, Manila, 1997. In *International Symposium on Crafts and the International Market: Trade and Customs Codification, Manila, 1997* (p. 50 p. in various pagings). Manila. Recuperado 24 Abril 2021, de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000111488_spa.
- Jacobo, M. (2020). CV | Taller Jacobo y Maria Angeles. Jacoboymariaangeles.com. Recuperado 24 Abril 2021, de <https://jacoboymariaangeles.com/cv>.
- Jornada, L. (2021) *La piratería y la competencia desleal avasallan la artesanía - La Jornada*. Jornada.com.mx. Recuperado 18 Abril 2021, de <https://www.jornada.com.mx/2007/08/04/index.php?section=cultura&article=a04n1cul>.
- La piratería y el desuso atentan contra artesanías*. El Informador. Noticias de Jalisco, México, Deportes & Entretenimiento. (2010). Recuperado 24 Abril 2021, de <https://www.informador.mx/Cultura/La-pirateria-y-el-desuso-atentan-contra-artesantias-20100122-0058.html>.
- Macho Morales, D. (2015). *Bordados tenangos: de patrimonio cultural a marca colectiva*. Repositoriodepublicaciones.encrym.edu.mx. Recuperado 10 Marzo 2021, de <https://www.repositoriodepublicaciones.encrym.edu.mx/pdf/02%20Bordados%20tenangos.pdf>.
- Malkin, E. (2013). *This Mexican Village's Embroidery Designs Are Admired (and Appropriated) Globally (Published 2019)*. Nytimes.com. Recuperado 30 Abril 2021, de <https://www.nytimes.com/2019/11/13/world/americas/mexico-tenango-embroidery.html>.
- Mantel Circular Tenango 145cm De Diametro - \$ 800*. Artículo.mercadolibre.com.mx. (2021). Recuperado 20 Febrero 2021, de https://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-795511483-mantel-circular-tenango-145cm-de-diametro-_JM?message=true#reco_item_pos=0&reco_backend=machinalis-seller-items-pdp&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-seller_items-above&reco_id=e602db9d-bcca-4ce7-8401-fe72dc556959.
- Martínez, F. (2015). *Gaceta Parlamentaria, ano XIX, numero 4422-VII, miércoles 9 de diciembre de 2015*. Gaceta.diputados.gob.mx. Recuperado 24 Abril 2021, de <http://gaceta.diputados.gob.mx/Gaceta/63/2015/dic/20151209-VII.html>.
- Matias, P. (2017). *Ahora la firma española Intropia plagia el diseño de un huipil chinanteco*. Proceso.com.mx. Recuperado 18 Abril 2021, de <https://www.proceso.com.mx/nacional/estados/2017/2/20/ahora-la-firma-espanola-intropia-plagia-el-diseno-de-un-huipil-chinanteco-179227.html>.
- México pide a Louis Vuitton aclarar elaboración de diseño de una silla*. El Sol de México | Noticias, Deportes, Gossip, Columnas. (2019). Recuperado 19 Abril 2021, de <https://www.elsoldemexico.com.mx/cultura/mexico-pide-a-louis-vuitton-aclarar-elaboracion-de-diseno-de-un-sillon-tenango-de-doria-hidalgo-3872523.html>.

- Milenio Noticias. (2020). *Louis Vuitton realiza colección de baúles con artesanos de Oaxaca* [Video]. Recuperado 24 Abril 2021, de <https://www.youtube.com/watch?v=LS8nN4sYm9g>.
- Miranda, F. (2020). “*Nosotros no plagiamos, ¡heredamos!*”, responden artesanos de alebrijes ante señalamientos. El Universal. Recuperado 24 Abril 2021, de <https://oaxaca.eluniversal.com.mx/sociedad/10-02-2020/nosotros-no-plagiamos-heredamos-responden-artesanos-de-alebrijes-ante>.
- Montoya, J. (2020). *Falleció la inventora del tenango, la artesana Josefina José Tavera*. La Jornada. Recuperado 18 Marzo 2021, de <https://www.jornada.com.mx/ultimas/cultura/2020/05/25/fallecio-la-inventora-del-tenango-la-artesana-josefina-jose-tavera-4701.html>.
- Mora, D. (2019). *Louis Vuitton compraria lienzos en Tenango de Doria*. El Universal. Recuperado 20 Febrero 2021, de <https://www.eluniversal.com.mx/cultura/patrimonio/aseguran-personal-de-louis-vuitton-compro-lienzos-en-tenango-de-doria>.
- Muñoz, C. (2016). *Sign the Petition*. Change.org. Recuperado 18 Abril 2021, de <https://www.change.org/p/rapsodiaoficial-no-m%C3%A1s-plagios-ni-apropiaciones-a-pueblos-ind%C3%ADgenas-change-org-plagiorapsodia-plagiorapsodia>.
- Noticias Milenio. (2020). *Louis Vuitton realiza colección de baúles con artesanos de Oaxaca* [Video]. Recuperado 5 Mayo 2021, de <https://www.youtube.com/watch?v=LS8nN4sYm9g&t=2s>.
- Ochoa, S. (2015). *Daña piratería a más de 11 millones de artesanos*. Milenio.com. Recuperado 24 Abril 2021, de <https://www.milenio.com/estados/dana-pirateria-a-mas-de-11-millones-de-artesanos>.
- OMPI. (2016). *La Propiedad Intelectual y la Artesanía Tradicional*. Wipo.int. Recuperado 24 Abril 2021, de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_tk_5.pdf.
- Otra vez “piratean” a artesanos sus bordados tenangos. DEBATE. (2017). Recuperado 24 Abril 2021, de <https://www.debate.com.mx/mexico/Otra-vez-piratean-a-artesanos-sus-bordados-tenangos-20171014-0040.html>.
- Palacios, K. (2018). *Los oaxaqueños que inspiraron la película Coco*. Milenio.com. Recuperado 21 Abril 2021, de <https://www.milenio.com/espectaculos/los-oaxaqueños-que-inspiraron-coco>.
- Palapa Quijas, F. (2007). *La piratería y la competencia desleal avasallan la artesanía - La Jornada*. Jornada.com.mx. Recuperado 24 Abril 2021, de <https://www.jornada.com.mx/2007/08/04/index.php?section=cultura&article=a04n1cul#:~:text=La%20pirater%C3%ADa%20es%20la,quien%20visit%C3%B3%20el%20pa%C3%ADs%20para>.
- Plagio - Wikipedia, la enciclopedia libre. Es.wikipedia.org. (2021). Recuperado 1 Mayo 2021, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Plagio>.
- Porcayo, O. (2018). *#Piratas: Christian Dior copia descaradamente los diseños huicholes Barrio*. Barrio. Recuperado 24 Abril 2021, de <https://esbarrio.com/news/christian-dior-copia-disenos-huicholes/>.
- Ramírez, S. (2020). *Louis Vuitton y la maestría artesanal de Oaxaca: fusión con impacto social*. Forbes México. Recuperado 10 Mayo 2021, de <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/louis-vuitton-y-la-maestria-artesanal-de-oaxaca-fusion-con-impacto-social/>.
- República, S. (2021). *Intervención de la Senadora Susana Harp Iturribarria*. Senado.gob.mx. Recuperado 25 Abril 2021, de <https://www.senado.gob.mx/64/intervenciones/1149/18505>.

- Rodríguez Ceballos, F. (2015). *Isabel Marant, libre de acusaciones por demanda de plagio*. FashionNetwork.com. Recuperado 19 Mayo 2021, de <https://es.fashionnetwork.com/news/isabel-marant-libre-de-acusaciones-por-demanda-de-plagio604936.html#:~:text=De%20acuerdo%20con%20representantes%20de,colecci%C3%B3n%20%C3%89toile%20primavera%2Dverano%202015>.
- Rodríguez, O. (2020). *Louis Vuitton y artesanos de Oaxaca realizan colección de baúles*. Milenio.com. Recuperado 25 Abril 2021, de <https://www.milenio.com/estados/louis-vuitton-artistas-oaxaca-realizan-coleccion-baules>.
- Rodríguez, O. (2020). *Mercedes-Benz. Artesanos oaxaqueños intervienen nueva camioneta ClaseG*. Milenio.com. Recuperado 21 Abril 2021, de <https://www.milenio.com/negocios/mercedes-benz-artistas-oaxaqueños-intervienen-camioneta-claseg>.
- Schneiderman, S. (2020). *Plagiarism, Otomi Tenangos & Travel - Tia Stephanie Tours*. Tia Stephanie Tours. Recuperado 18 Mayo 2021, de <http://tiastephanietours.com/cultural-plagiarism-and-the-power-of-travel/>.
- Secretaría de Cultura, M. (2020). *La Secretaria de Cultura y la diseñadora francesa Isabel Marant sostienen primer dialogo sobre moda ética*. gob.mx. Recuperado 21 Abril 2021, de <https://www.gob.mx/cultura/prensa/la-secretaria-de-cultura-y-la-disenadora-francesa-isabel-marant-sostienen-primer-dialogo-sobre-moda-etica?idiom=es>.
- Senado, R. (2018). *Senado de la República*. Senado.gob.mx. Recuperado 25 Abril 2021, de https://www.senado.gob.mx/64/gaceta_del_senado/documento/86118.
- SEP, M. (2015). *Pedro Linares López*. gob.mx. Recuperado 21 Abril 2021, de <https://www.gob.mx/sep/acciones-y-programas/pedro-linares-lopez>.
- SinEmbargo, R. (2017). *La española Mango reconoce que copio diseños originales de otomíes en Hidalgo, y los retira de la venta*. SinEmbargo MX. Recuperado 19 Marzo 2021, de <https://www.sinembargo.mx/10-11-2017/3348527>.
- SUN. (2010). *La piratería y el desuso atentan contra artesanías*. El Informador :: Noticias de Jalisco, México, Deportes & Entretenimiento. Recuperado 24 Abril 2021, de <https://www.informador.mx/Cultura/La-pirateria-y-el-desuso-atentan-contra-artesanas-20100122-0058.html>.
- Tenango (bordado)* - *Wikipedia, la enciclopedia libre*. Es.wikipedia.org. (2021). Recuperado 18 Marzo 2021, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Tenango_\(bordado\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Tenango_(bordado)).
- Tribunal niega derechos a franceses sobre diseños de comunidad mixe*. Miabogadoenlinea.net. (2021). Recuperado 19 Mayo 2021, de <https://miabogadoenlinea.net/secciones/el-derecho-y-la-actualidad/8955-tribunal-niega-derechos-a-franceses-sobre-disenos-de-comunidad-mixe>.

Abstract: The rich artisan tradition of Mexico, and undoubtedly of many other countries, has been used by “prestigious” brands at an international level without giving recognition to their creators. These autochthonous images are part of a cosmology and a way of seeing the world and in some cases they are “sacred” images or are part of ancestral rituals.

When an international brand makes use of designs created by members of indigenous communities without permission or contract for the use of its iconography or garment design, are we talking about “INSPIRATION” or PLAGIARISM?

Keywords: artisan tradition - native image - inspiration - plagiarism.

Resumo: A rica tradição artesanal do México, e sem dúvida de muitos outros países, tem sido utilizada por marcas de “prestígio” a nível internacional sem dar reconhecimento aos seus criadores. Essas imagens autóctones fazem parte de uma cosmologia e de uma forma de ver o mundo e, em alguns casos, são imagens “sagradas” ou fazem parte de rituais ancestrais.

Quando uma marca internacional faz uso de designs criados por membros de comunidades indígenas sem permissão ou contrato para o uso de sua iconografia ou design de vestimenta, estamos falando de “INSPIRAÇÃO” ou de PLÁGIO?

Palavras chave: tradição artesanal - imagens autóctones - inspiração - plágio.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página]
