

LAS TEJEDORAS Y EL TROL. CONTROVERSIAS SOBRE TEJIDOS MAYAS, APROPIACIÓN CULTURAL Y RACISMO EN LAS REDES SOCIALES DE GUATEMALA

GEMMA CELIGUETA
(*Universitat de Barcelona*)

INTRODUCCIÓN

Durante el mes de julio de 2017, las redes sociales de Guatemala ardie-ron con dos polémicas que tuvieron — como suele ocurrir con las noti-cias virales — una corta pero intensa vida mediática. La primera surgió a raíz de la portada del mes de julio de la revista guatemalteca de moda *Look Magazine*. En dicha portada, una joven y blanca empresaria de sandalias mayas posó glamurosamente frente a un grupo de vendedo-ras ambulantes indígenas en una fotografía que muchos tacharon de racista. La segunda controversia, se originó pocos días después, a raíz de la denuncia por discriminación de la Comisión Presidencial contra la Discriminación y el Racismo de Guatemala (CODISRA) a “María Chula”, una tienda de venta *online* de huipiles y blusas mayas. Aun-que en ambas polémicas se debatió, básicamente, sobre si había o no racismo en la fotografía y el nombre de la tienda¹, también mostraron diversos puntos de vista sobre el racismo y la apropiación cultural, si-

1. En Guatemala (y también en México), el nombre de María ha sido utilizado para llamar de forma peyorativa a todas las mujeres indígenas. El nombre se asocia a una mujer vestida con indumentaria maya y que además trabaja como criada o sirvienta.

tuando ambos temas en el punto de mira de la opinión pública. Ambas controversias sirvieron además para señalar a las redes sociales como diseminadoras de los discursos de odio, cuestionando otras visiones más entusiastas de las mismas.

Más allá de los extensos debates sobre las cualidades positivas o negativas de los medios sociales en general (Bustos *et al.*, 2019; Borgerson y Miller, 2016; Srinivisan, 2006; Ginsburg, Abu-Lughod y Larkin, 2002; Wilson y Stewart, 2008), este capítulo propone ahondar en la reflexión sobre las cualidades mediadoras de los medios indígenas² (Ginsburg, 1991, 2002) en relación a los problemas que líderes y organizaciones están planteando sobre la propiedad y el uso de los tejidos mayas. Para ello, describiré y analizaré la relación del movimiento para la protección de los tejidos mayas iniciado en 2014 en Guatemala con los medios de comunicación en general, y especialmente, con estas dos controversias que se desarrollaron, sobre todo, en las redes sociales. El objetivo principal del texto es mostrar el proceso siempre dinámico y cambiante de la producción del acontecimiento-noticia como uno de los aspectos creativos de la producción cultural de los pueblos indígenas (Ginsburg, 2002). En ambas controversias, las mismas organizaciones de tejedoras desempeñaron un papel central tanto en la noticia detonante como en su posterior desarrollo y diseminación. En este sentido, el texto quiere enfatizar la agencia o voluntad de agencia de las tejedoras por encima de la propiedad de los medios y del desenlace de las controversias.

En efecto, muchos de los conflictos que involucran hoy en día a los pueblos indígenas se dirimen en los medios de comunicación, ya sean estos hegemónicos, alternativos y/o indígenas. Por ello, se han convertido en una prioridad para las organizaciones indígenas. Pero más allá de la visibilidad y denuncia de los conflictos e injusticias que los medios pueden ofrecer, dicho interés radica en su capacidad como mediadores de la política y la identidad indígenas (Turner, 1992; Ginsburg, 2002). Los medios indígenas, según Ginsburg (1991: 104), buscan sobre todo comunicar algo sobre esa identidad colectiva y social que solemos llamar “cultura”, con el objetivo de mediar a través del desconocimiento y los prejuicios. Un ejemplo especialmente bello

2. Podemos considerar como medios indígenas aquellos medios producidos por y/o para los pueblos indígenas (Wilson y Stewart, 2008: 2; Matsaganis *et al.*, 2011: 5-6).

sería la película *Angry Inuk* de Alethea Arnaquq-Baril (2016), quien presenta un relato inuit sobre la caza de focas, alternativo al poderoso relato creado y diseminado por grupos ecologistas y animalistas. El film demuestra la importancia que tiene para los inuit que el resto del mundo comprenda lo que significa para ellos, económica y culturalmente, la caza de focas. Esta cualidad mediadora es bastante evidente en géneros como los films etnográficos y/o indígenas³, pero también puede observarse en las noticias indígenas. En ellas, comunidades y organizaciones suelen exponer no solo sus argumentos sobre la noticia en cuestión, sino que también debaten y exponen, primero, diferentes puntos de vista sobre el desarrollo, la apropiación cultural, los derechos indígenas o el medio ambiente en general (Fultz, 2016), y segundo, distintos aspectos de su cultura. Por ello, podemos afirmar que las noticias indígenas, además de informar y denunciar, buscan mediar y debatir.

Líderes y activistas indígenas también han destacado esta capacidad de los medios para crear debate. Por ejemplo, las asociaciones de tejedoras implicadas en el movimiento para el reconocimiento de la propiedad intelectual colectiva de los tejidos mayas y su protección en Guatemala, insisten en la importancia de los medios para extender su mensaje al resto de la sociedad. Más allá de las acciones legales y movilizaciones políticas que las tejedoras han emprendido con el objetivo de proteger los tejidos, sus líderes reconocen que, ante las dificultades para que en Guatemala se apruebe cualquier ley a favor de los pueblos indígenas, “que se hable de ello”, es decir, crear debate, es uno de los objetivos primordiales de las acciones que llevan a cabo. Por ejemplo, Angelina Aspuac, una de las principales líderes del Movimiento de Tejedoras, cuenta como caso de éxito la disculpa pública —es decir, ante los medios— del diseñador guatemalteco César Alejandro Portillo por usar el traje de San Juan Sacatepéquez en una de sus creaciones. Ante la denuncia en su contra que algunas mujeres del movimiento interpusieron en la Procuraduría de los Derechos Humanos de Gua-

3. Ginsburg (1991: 104) propone el concepto de *ethnographic media* para evitar la problemática distinción entre films etnográficos y films indígenas, basada en las diferentes audiencias a las que se dirigen ambos tipos de films y en las distintas intenciones con las que se realizan. Con este concepto, Ginsburg propone centrarse en lo que ambos tienen en común y que consiste justamente en su capacidad para mediar y crear comprensión entre dos grupos separados por la diferencia cultural.

temala, el diseñador no solo se disculpó, sino que dijo que “quería entender y respetar”, y que por eso invitaba a leer las columnas de opinión de la antropóloga, periodista y también activista del Movimiento de Tejedoras, Sandra Xinico. “No sabemos qué tanto se puede lograr —afirma Angelina— pero es bueno que este tipo de personas se pronuncie y la gente piense más sobre el tema”. Es en parte por esta cualidad mediadora de los medios, que organizaciones indígenas e instituciones de desarrollo están llamando a estas acciones legales, “litigios estratégicos”⁴.

No obstante, y a pesar de compartir esta visión esperanzadora de los medios como herramientas para reproducir y/o transformar la identidad cultural de pueblos que han sufrido los quiebres de la colonización (Srinivisan, 2006), considero que lo ocurrido en julio de 2017 en Guatemala supuso un punto de inflexión en la valoración positiva de las redes sociales. Al principio, la visión optimista de los medios indígenas, que Ginsburg (2002: 213) llamó “global village” y que adopta el punto de vista “modernista, utópico y etnocéntrico de una democracia electrónica”, pareció fortalecerse con la aparición de las redes sociales. Durante un tiempo, estas fueron valoradas como una posible solución a la poca representatividad, prejuicios, estereotipos o invisibilidad con que los medios de comunicación habían tratado hasta entonces a los pueblos indígenas (Jiménez, 2010; Tuyuc, 2013; Wilson y Stewart, 2008). De hecho, internet, y especialmente las redes sociales, no solo vinieron a cuestionar las clásicas dicotomías entre lo privado y lo público (Miller, 2011: 174), sino también entre productores y receptores de los media (Askew y Wilk, 2002) o incluso entre medios hegemónicos y medios alternativos y/o indígenas. Con las redes sociales, la utopía de una “democracia electrónica” en la que todos podemos producir contenidos mediáticos, pareció más cercana que nunca. Y, sin embargo, el acceso de millones de personas a los *smartphones* no solo no ha reducido la desigualdad *offline* (Borgerson y Miller, 2016), sino que las desigualdades sociales continúan manifestándose en las redes e incluso han aparecido nuevos fenómenos como el aumento exponen-

4. Los litigios estratégicos buscan identificar problemas centrales de los pueblos indígenas y convertirlos al lenguaje jurídico para plantear así demandas y/o nuevas leyes que traten de solucionarlos. Organizaciones de derechos humanos y/o de desarrollo consideran estos litigios como herramientas útiles de impacto en diversos escenarios, entre ellos, los mediáticos.

cial de los discursos de odio o las ciber-agresiones. En Guatemala, las controversias de julio de 2017 ayudaron a constatar el lado oscuro de los medios sociales que va desde el incremento de todo tipo de malentendidos hasta la aparición de troles y el ciber-acoso.

Desde entonces, parece que la desconfianza en las redes no ha hecho más que aumentar. Recientemente, se han publicado en Guatemala varios artículos e informes en la prensa y en internet que hablan no solo de los discursos de odio que emanan de las cuentas de muchos usuarios de Facebook, Twitter o Instagram (Casaús Arzú, 2020a; 2020b), sino también de la existencia de campañas hostiles organizadas por *netcenters* o fábricas de troles especializadas en influir y manipular a la opinión pública a través de dichos medios (Echevarría, 2019; CICIG, 2019). En los últimos años han aumentado también las denuncias de agresiones racistas en las redes sociales, tanto en los mismos medios como en instituciones especializadas en la lucha contra el racismo como la CODISRA. Esta última institución, por ejemplo, no solo condenó en sus medios sociales los discursos de odio racial que circularon durante las elecciones de 2019 en contra de los candidatos mayas, sino que también animó a su denuncia en las instituciones pertinentes⁵. El Movimiento de Tejedoras también ha denunciado — más en los medios que en los tribunales — las agresiones racistas que sufren algunas de sus simpatizantes, sobre todo en las redes sociales, así como el racismo implícito en la apropiación cultural de los tejidos mayas. De hecho, según Casaús Arzú (2020a), el racismo se ha convertido en el vocablo más usado y el tema más comentado por los intelectuales indígenas de Guatemala en los medios *online* en general mientras que los medios hegemónicos continúan siendo más reacios a tratar un tema cuya existencia suele negarse en América Latina (Van Dijk, 2003). En este escrito queremos ahondar en la relación entre tejidos mayas, racismo y medios de comunicación, mostrando como los tejidos mayas

5. El mensaje de la CODISRA decía literalmente: “Si usted en el presente proceso electoral es víctima de discriminación de forma verbal, por señas, gestos directos, o textos escritos en los diferentes medios de comunicación escritos, radiales, televisivos, por cable principalmente en redes sociales ¡DENUNCIE! Presente su denuncia en la Comisión Presidencial contra la Discriminación y el Racismo contra los Pueblos Indígenas en Guatemala-CODISRA-Defensoría de la Mujer Indígena, Procuraduría de los Derechos Humanos, Ministerio Público, Organismo Judicial y en la Policía Nacional Civil”.

han sido y continúan siendo buenos para pensar —y debatir— temas de identidad y política indígenas.

Este texto está basado en mi propia cuenta de Facebook, mi participación, desde el año 2019, en un grupo de WhatsApp formado por 133 personas, muchas de los cuales son activistas mayas de Guatemala y el seguimiento, vía internet, de noticias, memes, comentarios, fotografías y videos sobre cualquier tema que tenga que ver con los tejidos mayas en general y las dos controversias en particular. Debo aclarar, no obstante, que el texto no es solo el resultado de lo que llaman una “etnografía virtual” (Hine, 2004), sino que surge del conocimiento *offline* —desde hace bastantes años además— de la mayoría de guatemaltecos que son mis amigos de Facebook, de algunos de los que integran el grupo de WhatsApp y especialmente de los trabajos de campo realizados durante los meses de agosto de 2016 y 2017 sobre el movimiento para el reconocimiento de la propiedad intelectual colectiva de los tejidos mayas y su relación con los medios de comunicación⁶. Durante estos dos meses pude entrevistar a integrantes del Movimiento Nacional de Tejedoras Ruchajixik ri qana’objäl y participar en algunas de las actividades que llevan a cabo para promover la protección de los tejidos mayas.

TEJER LA RED. TEJIDOS MAYAS Y RACISMO EN LOS MEDIOS

En el entorno mediático relacionado con los pueblos indígenas nos encontramos con una tipología de noticias sobre la propiedad, la gestión y el uso de los bienes y conocimientos indígenas. Sin duda, se sitúan en primer plano, las noticias sobre los recursos energéticos o la minería en un contexto que muchos consideran ya como una nueva forma de colonialismo. Relacionadas con este contexto —aunque con sus particularidades— destacan aquellas noticias sobre lo que se ha dado en llamar “apropiaciones indebidas”, “apropiaciones culturales” o incluso “extractivismo intelectual”. Probablemente uno de los casos que más ha trascendido a nivel internacional, es la denuncia que en 2015 presen-

6. Ambos trabajos de campo fueron financiados por los proyectos “Etnicidad Material: expresiones culturales tradicionales y propiedad intelectual” (CSO2015-62723-ERC) y “Pueblos indígenas, medios de comunicación y significados del conflicto en América Latina: un estudio de antropología” (HAR2015-65442-P).

tó la comunidad mixe de Santa María Tlahuitoltepec, Oaxaca, México, contra la diseñadora francesa Isabel Marant por haber plagiado su vestimenta tradicional. Desde entonces, más denuncias han circulado por los medios implicando a comunidades y pueblos de los cinco continentes y a marcas globales tan conocidas como Hérmes, Louboutin, Nike, Zara o Antik Batik, entre otras (Castillo, 2017; 2020).

También en Guatemala, la movilización, desde el año 2014, de un grupo de mujeres indígenas solicitando el reconocimiento de la propiedad intelectual colectiva de los tejidos mayas y su protección⁷, ha ido acompañada de la correspondiente cobertura mediática, sobre todo en medios digitales nacionales e internacionales. Estas mujeres han difundido sus demandas, acciones y movilizaciones en internet, en las redes sociales y especialmente en Facebook, el medio social más utilizado en Guatemala. Desde sus páginas, tanto personales como de las organizaciones en las que trabajan, han estado informando de las acciones legales que han emprendido y las charlas y encuentros que han organizado; han difundido textos, fotografías y videos relacionados con el tema y han comunicado los casos de plagio que les han enviado a través de esas mismas redes. Angelina Aspuac, una de las líderes del Movimiento de Tejedoras, cuenta como hay “compañeras” extranjeras, que no cono-

7. La Asociación Femenina para el Desarrollo de Sacatepéquez (AFEDES) presentó en el año 2014 un proyecto de “litigio estratégico” al “Programa maya para el pleno ejercicio de los derechos de los pueblos indígenas de Guatemala” financiado entre otros por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Oficina de la Alta Comisionada de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (OACNUDH). Este proyecto les permitió contratar abogados, pagar peritajes económicos, antropológicos y de género y trabajar en una propuesta legal que les sirviera para proteger los tejidos mayas. Desde entonces, han presentado una acción de inconstitucionalidad por omisión de normas que protejan la propiedad intelectual colectiva sobre los textiles y la indumentaria maya (2016), la iniciativa de ley 5247 (2017) que busca reformar la ley de derechos de autor y la ley de la propiedad industrial guatemalteca y también han estado trabajando en la elaboración de una ley específica para la protección de las expresiones culturales tradicionales, siguiendo el ejemplo de la ley 20/2000 de Panamá que protege, entre otras, a la *mola* de los gunas (Martínez Mauri *et al.*, 2017). AFEDES también ha liderado la creación del Movimiento Nacional de Tejedoras Ruchajixik ri qana’objäl así como de varias escuelas de tejidos y comités locales de tejedoras en diferentes comunidades del país. La principal finalidad de dichos comités es la protección de las expresiones culturales tradicionales de su propia comunidad, especialmente los diseños de los tejidos. Si la ley fuera aprobada, estos comités serían los responsables de otorgar los permisos de reproducción y administrar los derechos de autor.

cen personalmente pero sí conocen a través de las redes sociales, que cuando ven ropa o complementos con diseños mayas en grandes almacenes de países como EE UU, toman fotos y se las mandan. Además, han contado con el apoyo de unos pocos periodistas con acceso a otros medios como el diario *El Periódico* o los medios virtuales *Nómada* o *Plaza Pública*, este último de la universidad jesuita Rafael Landívar. En este sentido, han contado, sobre todo, con la periodista y también activista del Movimiento de Tejedoras, Sandra Xinico, quien mantiene una columna de opinión en el diario *La Hora*. Solo en momentos muy puntuales, como por ejemplo durante la controversia de María Chula, medios de masas como la televisión se han hecho eco de estas noticias.

Ya sea en sus propias redes sociales o en aquellos medios en donde han sido entrevistadas, las líderes de las tejedoras, más que exponer complicados argumentos jurídicos sobre la propiedad colectiva, han preferido identificar aquellos agravios hacia los pueblos indígenas que los tejidos mayas permiten mostrar a la opinión pública. Se ha identificado el racismo de Estado que folkloriza a las mujeres mayas y sus trajes en festivales y campañas publicitarias con fines turísticos mientras que, por otro lado, se excluye a esta población indígena. Se ha identificado a empresas nacionales y extranjeras de bolsos y zapatos de diseño que utilizan tejidos mayas en sus productos sin pagar ningún tipo de derechos de propiedad intelectual y a las que además culpan de la explotación económica de las tejedoras artesanales⁸. Se ha identificado también la falta de respeto hacia los pueblos indígenas cuando por ejemplo se comercializan tejidos que son utilizados por las cofradías en el marco de sus rituales religiosos. “¿Qué le parecería a la gente si se hiciera un bikini o unos zapatos con la túnica del papa de Roma?”, preguntaba uno de los abogados mayas que colabora con el Movimiento Nacional de Tejedoras. Ya sea en los medios de comunicación o en los distintos talleres, charlas y seminarios que han organizado por todo el país, Chiapas e incluso EE UU; el Movimiento Nacional de Tejedoras ha buscado difundir su mensaje sobre la propiedad colectiva de los tejidos mayas, los peligros que los amenazan y la necesidad de su protección dentro de una perspectiva global de

8. Por poner un ejemplo, un bolso comercializado por la empresa Maria's Bag (<<https://www.mariasbag.com>>) hecho con un huipil de Santiago Atitlán, se vendía en el año 2016 a un precio de unos 600 dólares mientras que el huipil se habría comprado a una tejedora, según Angelina, por entre 30 y 70 dólares (Martínez Mauri *et al.*, 2017: 194).

defensa de los bienes y conocimientos tradicionales de los pueblos indígenas y de denuncia del capitalismo y el racismo.

Pero, más allá de la novedad que puedan suponer estas noticias y controversias sobre tejidos mayas, apropiación cultural y racismo, vale la pena recordar aquí la idoneidad de los trajes mayas para desafiar y debatir —también en el pasado— temas que atañen a las identidades étnico-nacionales de Guatemala. De hecho, el primer y más conocido caso de denuncia por racismo y discriminación en el país, fue el de la periodista y antropóloga Irma Alicia Velásquez Nimatuj al restaurante El Tarro Dorado en el año 2002. Velásquez contó cómo un empleado le había impedido la entrada a este establecimiento por ir vestida con un traje indígena de Quetzaltenango, su ciudad natal (Velásquez Nimatuj, 2008). Indignada y dolida, denunció los hechos ante instituciones como la Defensoría de la Mujer Indígena o el Procurador de los Derechos Humanos y aunque no logró ganar el caso en los tribunales, consiguió el apoyo de los Movimientos Maya y de Derechos Humanos, la condena de la opinión pública y la disculpa de los propietarios del restaurante. Pocos meses más tarde, se crearía la Comisión Presidencial contra la Discriminación y el Racismo (CODISRA-acuerdo gubernativo 390-2002) que ha seguido, desde entonces, un modelo similar de denuncia en los tribunales y en los medios de comunicación. Otro caso bastante conocido ha sido el de la premio Nobel de la Paz Rigoberta Menchú, quien ha sido objeto, en diversas ocasiones, de chistes e insultos racistas. Según Diane Nelson (1999), los chistes sobre Rigoberta Menchú que circularon por Guatemala a finales del siglo xx, atacaron sobre todo su vestido indígena y lo que este representaba. Uno de los más conocidos decía: “¿Has oído que Mattel quiere hacer una muñeca de Rigoberta? Dicen que así Barbie estará contenta porque ahora tendrá una sirvienta”. En Guatemala, los trajes mayas son uno de los principales marcadores étnicos del país, identificadores de la persona, no solo de su comunidad de origen, sino también de su pertenencia indígena. Son numerosas las mujeres mayas que testimonian de episodios de exclusión, racismo y discriminación por llevar el traje y ser identificadas como indígenas (MacLeod, 2014). Y es por ello, afirman, que muchas se lo quitan. El chiste sobre Rigoberta Menchú es bastante claro al respecto: el lugar de la mujer indígena que lleva el traje es el de sirvienta, por muchos premios internacionales que tenga.

Nos encontramos, por lo tanto, ante una movilización que ha materializado en los medios importantes debates en torno a los pueblos indígenas. Y este es, afirman las implicadas, uno de sus objetivos y también uno de sus logros. No obstante, aunque las líderes de las tejedoras celebran que el tema haya despertado cierto interés mediático, también lamentan que “los medios no entiendan todavía bien lo que se está planteando. No se comprende el tema de la propiedad colectiva ni en las leyes ni en la sociedad y no se comprende tampoco el tema del racismo”. Este lamento, que ya formulaba en 2016 una abogada maya simpatizante y colaboradora del Movimiento Nacional de Tejedoras, se hizo todavía más abrumador en 2017, tras el paso por los medios de dos polémicas virales sobre racismo. Las dos controversias se desarrollaron sobre todo en las redes sociales, aunque también tuvieron su eco en la prensa y en la televisión. Es hora de abordarlas.

DE “BARBIES” Y “MARÍAS”. LA CONTROVERSIAS DE LA REVISTA *LOOK*



Primera portada del mes de julio (2017) de la revista *Look*.

A primeros del mes de julio de 2017, la revista de moda *Look Magazine* sacó en portada a Francesca Kennedy, una joven estadounidense de madre guatemalteca cuyo proyecto empresarial consistía en vender sandalias artesanales del lago Atitlán. Francesca se había dado a conocer en el *reality Project Runway: Fashion Startup*, del canal de televisión norteamericano Lifetime, retransmitido entre octubre y diciembre de 2016. A lo largo de 2017, Francesca y su empresa Ix Style (<<https://www.ix-style.com>>) aparecieron varias veces en los medios: *TED Talks*, la revista *Look* o incluso en *Prensa Libre* (Juárez, 2017), el periódico con mayor tirada de Guatemala. Todos ellos explicaban el mismo relato: Francesca era una joven de los EE UU quien, indignada por la contaminación del lago en el que solía pasar los veranos visitando a su abuelo, había decidido ayudar en su conservación mediante la venta de sandalias de la región adaptadas al mercado norteamericano. Parte de las ganancias irían destinadas a comprar filtros de agua para las comunidades de los alrededores. En todos los medios se insistía especialmente en la parte solidaria del proyecto empresarial, que además iba a proporcionar empleo a las artesanas mayas de la región. Pero, aunque los medios presentaran a Francesca como un ejemplo a seguir, las empresas de ropa y complementos realizados con tejidos o diseños mayas como Ix Style, Maria's Bag o María Chula han sido, en realidad, uno de los principales blancos del Movimiento Nacional de Tejedoras. Estas han denunciado que bajo el paraguas de la solidaridad y el desarrollo no solo se han legitimado prácticas de apropiación cultural, sino que también se está explotando a las mujeres indígenas. El problema, como afirmaba la abogada maya, es que también lo entiendan así los medios (y la opinión pública) acostumbrados a relatos tan poderosos como el de la ayuda y/o el progreso. Las simpatizantes del Movimiento Nacional de Tejedoras vieron en la fotografía una oportunidad para comunicar sus argumentos sobre la propiedad colectiva de los pueblos indígenas, la apropiación cultural y el racismo.

Sin embargo, si el primer plano de Francesca ofendió a tanta gente fue por otras razones que la apropiación cultural. En realidad, podemos considerar la portada de la revista *Look* como un discurso o un enunciado visual. Algo parecido a lo que Fultz (2016: 226) llama “visual utterance” y que consiste en concretizar en una imagen la representación de varias ideas. En este caso, la fotografía de la revista *Look* concretiza un imaginario muy parecido al del chiste de Barbie y Rigo-

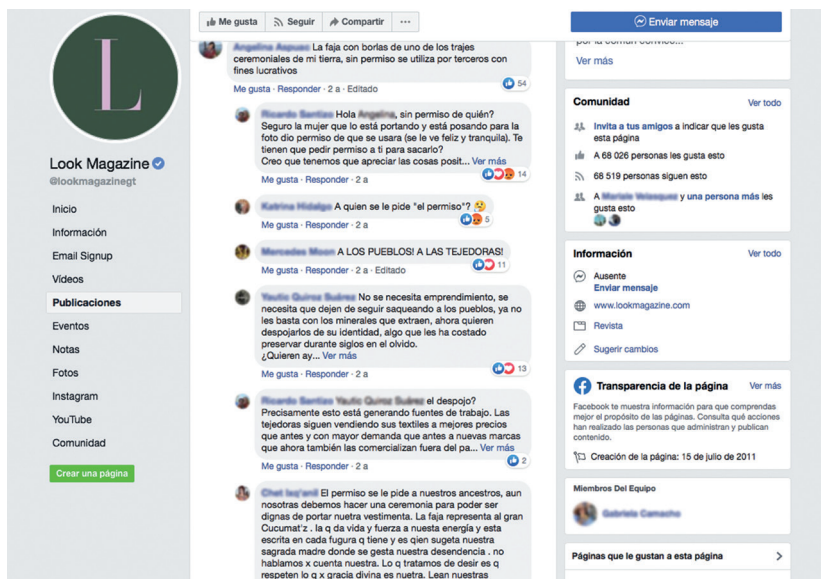
berta Menchú. Como diría pocos días después Dennis Valvert Gamboa (2017) en el periódico de investigación *Plaza Pública*, no es que la fotografía tuviera una intención racista, es que la fotografía estaba hecha de puros clichés ladinos⁹: un primer plano de una joven y distante mujer blanca, objeto de deseo, aunque nada parecida a la mayoría de las mujeres guatemaltecas, y tras ella, un grupo de indias anónimas, a las que en Guatemala llaman peyorativamente “Marías”, formando parte del decorado colonial. La imagen no solo refleja la jerarquía social y racial de Guatemala, sino, sobre todo, la naturalidad con la que esta se vive.

La fotografía molestó en cuanto salió a la luz pública, aunque también tuvo sus defensores. Por ejemplo, bajo la portada publicada en la página de Facebook de la misma revista *Look* podemos contabilizar unos 1.483 emoticonos de caritas enfadadas versus aproximadamente 1.143 *likes*. Igualmente, los 1.469 comentarios que la acompañan muestran cómo mientras unos acusaban a la revista de racista, clasista, elitista y excluyente, de fomentar el saqueo de los pueblos indígenas o de faltarle el respeto a las mujeres mayas; otros argumentaban que se estaba exagerando con el tema del racismo cuando en realidad se promocionaban los tejidos mayas y se ayudaba económicamente a las artesanas. Durante la primera semana del mes de julio, las redes sociales de algunos guatemaltecos incluyeron la etiqueta #LookMagazineRacista o una contraportada alternativa con la mujer maya en primer plano y Francesca en el segundo que produjeron algunos activistas del Photoshop, mientras que otros tantos se dedicaron a defender a la revista.

Entre los muchos comentarios que se publicaron —algunos más interesantes y respetuosos que otros— destacamos el debate iniciado por nuestra ya conocida Angelina Aspuac, en la misma página de Facebook de la revista, sobre la propiedad de la faja que porta Francesca Kennedy alrededor de su cuello. Las respuestas de diferentes internautas a su comentario no solo plantean debates en torno a la propie-

9. En Guatemala, el término “ladino” sugiere más bien una identidad cultural hispanizada que un mestizaje biológico, aunque su significado cambia con el tiempo y el contexto en el que se usa. Relacionado con el papel fundamental de una ideología anti-indígena en la construcción de la nación guatemalteca, a finales del siglo XIX el vocablo “ladino” acabó abarcando a toda la población que no era indígena. Aunque durante mucho tiempo se haya utilizado como sinónimo de “no indígena”, a finales del siglo XX se observaba cierta tendencia a usar el término como equivalente a un pueblo o grupo étnico más de Guatemala (Celigueta, 2015: 107).

dad colectiva de los tejidos mayas o la apropiación cultural de bienes y conocimientos de los pueblos indígenas, sino que también buscan explicar significados “culturales” a sus lectores como por ejemplo el de la faja que lleva Francesca. Según una usuaria de Facebook (véase abajo) la faja representa a Q’uq’umatz (también conocido como Kukulkán o la serpiente emplumada) y por tanto merece el respeto de los que la portan. Que Francesca lleve una faja de cintura alrededor de su cuello como si se tratara de un *foulard* a la última moda es, a sus ojos, una falta de respeto y una frivolidad; mientras que tratar una faja maya como una prenda de *haute couture* sería, para otros, una muestra de reconocimiento. Son estas distintas perspectivas sobre, entre otras cosas, la propiedad, el respeto y el reconocimiento, las que se pusieron a dialogar en los medios sociales.



Captura de pantalla del hilo de debate sobre la propiedad colectiva de los tejidos mayas iniciado por Angelina Aspuc en la página de Facebook de la revista *Look Magazine*, julio de 2017.

Ante el revuelo mediático que su portada estaba ocasionando, el equipo editorial de la revista *Look* emitió el 5 de julio un comunicado que difundió rápidamente en los medios. En él lamentaban lo que

consideraban un “malentendido” y pedían disculpas a aquellos que se hubieran sentido ofendidos. Manifestaban que habían cometido “el error de poner en portada una imagen que no exhibe lo que como revista deseamos proyectar”. Por ello, informaban a la opinión pública del cambio de la portada de julio que finalmente quedó así:

Segunda y definitiva
portada del mes de julio
de 2017 de *Look Magazine*.



Aunque en los días siguientes, algunos medios virtuales guatemaltecos como *Plaza Pública* (Valvert Gamboa, 2017) o *Nómada* (Menéndez, 2017), se sumaron al debate aportando sus argumentos en contra de la primera portada, el cambio de fotografía mitigó la controversia. Por ejemplo, en la misma página de Facebook de la revista *Look*, el comunicado cosechó 1.279 *likes* y ninguna carita de enfado. La misma diseñadora gráfica (Menéndez, 2017) que en el artículo de *Nómada* estimaba que el lenguaje visual de la primera portada creaba profundos significados de jerarquía y exclusión, consideró que la segunda era más neutra que la anterior. No obstante, aunque la rectificación del equipo editorial apaciguara los ánimos generales, la ausencia de mujeres in-

dígenas en una portada en donde se hablaba de tejidos mayas y sobre todo la presencia de Francesca Kennedy vistiendo un huipil *q'anjob'al*, continuó molestando a las tejedoras. Y así lo manifestaron a través de Sandra Xinico (2017) y su columna de opinión del diario *La Hora*.

La revista *Look Magazine* cambió su portada y pidió disculpas por lo que definieron como un “error” cometido. En la nueva portada aparece Francesca Kennedy, quien viste parte de lo que define su “moda artesanal”, pero no hace más que convertir en vestido un güipil (*q'anjob'al* de Soloma)¹⁰ y en cincho una faja (*kaqchikel* de Patzún) dejando claro la apropiación de nuestra indumentaria al adjudicarse una autoría que no le pertenece. Esto también es racismo. Racismo que roba y explota el trabajo de los pueblos.

A pesar del interés de las mujeres del Movimiento Nacional de Tejedoras por continuar el debate en los medios, el cambio de portada zanjó la polémica, los medios perdieron interés y la discusión se apagó. No obstante, no quisiera finalizar esta revisión sobre la controversia de la revista *Look* sin dar voz a la otra protagonista de la polémica: la silenciada vendedora ambulante maya quien con su deslucido segundo plano había desatado la ira de las redes sociales. Este es su relato.

Ella es Aura Chiriz Ajpuac

Que yo sepa, solo dos periodistas buscaron y entrevistaron a la vendedora indígena cuyo segundo plano había provocado la polémica de la revista *Look*. El reportaje se llamó “Ella es Aura Chiriz Ajpuac” y fue publicado el 11 de julio en la página web de historias de vida de artistas y artesanos guatemaltecos, *Guatemalanart* (Elías y Escobar, 2017). Lo interesante de esta entrevista es que otorgó voz y nombre al anónimo rostro maya de la controversia. En la entrevista, Aura contaba que no sabía leer y escribir, y que, desde luego, no tenía Facebook, pero

10. Xinico no lo señala en su artículo, pero el huipil que lleva Francesca en la segunda portada es el mismo que vistió María Mercedes Coroy, la actriz protagonista de la galardonada película *Ixcanul* (2015) de Jayro Bustamante, en el reportaje que la revista *Look* le dedicó el mes abril de 2016. En esta ocasión, sin embargo, María Mercedes vistió el huipil en un entorno selvático (cliché indio) y sobre todo, este no fue transformado (sin cinturón), dejando claro su identidad maya (<https://is-suu.com/lookmag/docs/l_0416>). Durante la controversia, varias personas mencionaron este reportaje como una prueba de que la revista no era racista.

que algunas personas, sobre todo sus hijas, le habían explicado que de repente, se había vuelto famosa. Aura aclaraba que ese día “vino un grupo de personas... empezaron a decir que iban a pagar por aparecer en la foto y fui. Nadie me obligó”. En la Antigua Guatemala, las vendedoras ambulantes suelen dejarse fotografiar por turistas atraídos por la belleza de sus trajes mayas a cambio de unas monedas y para Aura, aquella foto no fue la excepción. En la entrevista, Aura no muestra demasiado interés por la controversia viral en la que se vio envuelta excepto, quizás, el miedo a los problemas que una fama inesperada puede ocasionar. Ello no significa, sin embargo, que no tuviera nada que decir. Al contrario. Aura habla de la pobreza y exclusión que le impidieron asistir a la escuela de niña y que hoy dejan con hambre a su familia cuando no hay venta; pero también habla de superación personal (“entiendo el inglés”), de amor a su esposo y a sus hijos, y por supuesto, de política: Aura aprovecha la entrevista para denunciar el acoso que sufren los vendedores ambulantes de la Antigua por parte de las autoridades que quieren prohibir su venta callejera.

Francesca tiene un relato poderoso y tiene contactos. Sus sandalias ya se venden en las tiendas GAP y en la página web de Ix Style podemos apreciar a *celebrities* como las actrices Gwyneth Paltrow y Amanda Seyfried o la modelo Bar Rafaeli promocionando sus sandalias en sus propias cuentas de Instagram. Aunque con dificultades, las activistas mayas del Movimiento Nacional de Tejedoras están construyendo un relato alternativo que busca debatir con relatos hegemónicos como el de Francesca. En la actualidad, siguen siendo las voces de personas como Aura las que más cuestan de escuchar. Forman parte de la brecha mediática que algunos medios indígenas están tratando de romper.

“MARÍA CHULA” O LOS LÍMITES DE LA COMUNICACIÓN

A mediados de julio, apenas una semana después de la polémica de la revista *Look*, ocurrió la todavía más mediática controversia de María Chula. María Chula es el nombre de una tienda virtual de venta de ropa y complementos fabricados con diseños y tejidos mayas, propiedad de la joven guatemalteca María Andrea Flores. Su comercialización se realiza sobre todo a pequeña escala, en medios sociales como

Facebook (<<https://www.facebook.com/MariaChuula/>>) e Instagram (<<https://www.instagram.com/mariachuula/>>) y en mercadillos de ventas artesanales. Al igual que habían hecho en otras ocasiones y con negocios distintos; líderes y simpatizantes del Movimiento Nacional de Tejedoras solicitaron a CODISRA que investigara la tienda virtual cuyo nombre, asociado a las mujeres indígenas y sus creaciones textiles, podía interpretarse como racista¹¹. A finales de mayo, CODISRA presentó la denuncia por posible caso de discriminación al Ministerio Público “derivado del análisis de contexto del nombre de la tienda virtual y las prendas que se comercializan ya que los términos María Chula, han sido utilizados como parte del lenguaje discriminatorio hacia las mujeres mayas” (comunicado de CODISRA, 17/07/2017). El comunicado no mencionó la apropiación cultural, que no constituye delito en Guatemala, como parte del problema.

Como habían hecho también en otras ocasiones, CODISRA acordó desestimar la denuncia a cambio de que María Andrea Flores pidiera disculpas públicamente en un acto de conciliación que se realizó el 17 de julio, en su misma sede y ante los medios de comunicación. En el acto, la joven empresaria precisó que no había ninguna intención discriminatoria en el nombre de la tienda ya que este solo reflejaba su nombre propio (María) y la voluntad de embellecer a las mujeres guatemaltecas con sus prendas (Chula). La propietaria insistió en que, a pesar de vender huipiles y blusas con diseños mayas, nadie debía relacionar el nombre con una identidad indígena.

Esta vez, sin embargo, la disculpa pública de la dueña de María Chula, sumada a la resaca de la controversia de *Look Magazine*, cayó como jarro de agua fría sobre muchos guatemaltecos, sobre todo no indígenas, que sintieron dicha disculpa como una humillación propia. Las críticas en contra de CODISRA y aquellas que habían promovido la denuncia, como las líderes del Movimiento Nacional de Tejedoras se hicieron rápidamente virales. Durante la semana siguiente, los me-

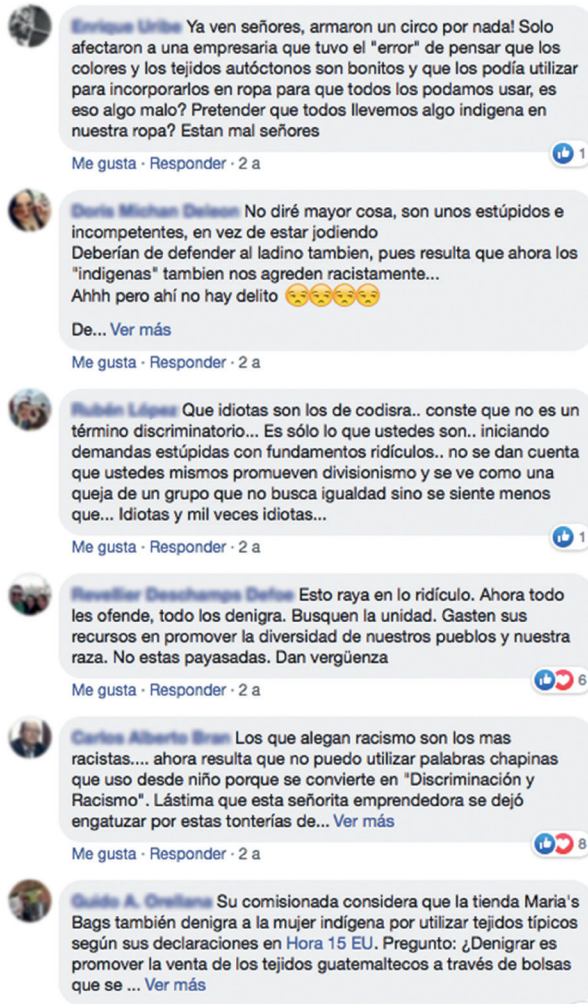
11. El 22 de mayo de 2017, la organización AFEDES y el Movimiento Nacional de Tejedoras publicaron en sus páginas de Facebook la noticia de la denuncia de CODISRA a la tienda virtual María Chula. “CODISRA interpone denuncia ante el Ministerio Público contra la empresa María Chula luego que el Movimiento Nacional de Tejedoras denunciara a esta empresa que comercializa huipiles mayas bajo un nombre que es racista. Gracias a todas las mujeres y hombres que denunciaron públicamente en las redes sociales a esta empresa y provocaron que CODISRA accione legalmente”.

dios sociales así como algunas columnas de opinión de los principales diarios de Guatemala (*Siglo XXI, Prensa Libre, Diario La Hora y El Periódico de Guatemala*) criticaron la actuación de CODISRA acusándola de atentar contra la libertad de expresión (Figueroa, 2017), “cacería de brujas” (Rodríguez, 2017), “racistas al revés”, discriminar a las mujeres que se llaman María (Sandoval, 2017; Monterroso, 2017), fomentar el odio y la división entre los guatemaltecos (Rodríguez, 2017; Monterroso, 2017), aprovecharse de los demás para justificar su sueldo (Sandoval, 2017; Monterroso, 2017), actuar con la superioridad intelectual de quien acusa al otro de racista (Valdizán, 2017) o de hipócritas y abusivos al utilizar su poder para atacar a pequeñas emprendedoras en lugar de denunciar al mismísimo presidente Jimmy Morales (2016-2019), quien en su pasado como actor de televisión había parodiado a campesinos, negros e indígenas (Rodríguez, 2017). El descontento reflejado en las redes fue de tal magnitud que algunos comerciantes aprovecharon el tirón de la polémica para hacer publicidad de sus marcas en esos mismos medios (Castillo Zamora, 2017). Ejemplos como el de la marca de helados Pops: “Invitá a tu María favorita a un delicioso helado” acompañaron la etiqueta #yoapoyoaMariaChula que apareció en las redes sociales de muchos guatemaltecos. La controversia también dio publicidad al negocio de María Andrea Flores. Y aunque ella optó por no hacer alusiones directas a la polémica en sus medios sociales, los visitantes y seguidores de su página de Facebook aumentaron exponencialmente, así como sus ventas¹².

Por otro lado, los medios sociales del Movimiento Nacional de Tejedoras, AFEDES, CODISRA y algunos medios virtuales como *Plaza Pública* (Calvo, 2017) o *PúblicoGT* (Cabanas, 2017) publicaron sus argumentos de apoyo a la decisión de CODISRA. Insistieron hasta la saciedad en que lo ofensivo no era el nombre de María en sí, sino el contexto o las connotaciones de su uso. Incluso algunas personalidades mayas como la cantante kaqchikel Sara Curruchich aseguraron que, en ocasiones, habían sido llamadas, peyorativamente, “Marías”. Y aunque algunas intentaron aprovechar la ocasión para volver a plantear sus argumentos sobre la apropiación cultural, el despojo a las sociedades indígenas o la naturalización del racismo en la socie-

12. Según Figueroa (2017), tras la polémica, la página de Facebook de María Chula pasó de 4.000 a 37.617 seguidores.

dad guatemalteca, la controversia derivó en un rifirrafe cuyo ruido mediático acalló las posibilidades de la mediación y el debate. Todos parecen estar de acuerdo en ello. El paso de la controversia de María Chula por los medios no solo mostró los límites de la comunicación, sino también su fracaso, plagado de burlas, insultos y malentendidos.



Captura de pantalla de algunos de los 206 comentarios que reaccionaron al comunicado de CODISRA, publicado el 17 de julio de 2017 en su página de Facebook.

Malentendidos, ciber-agresiones y protección ritual

“¿Por qué hay gente que se ofende cuando denunciamos cosas que nos ofenden a las mujeres mayas? ¿Si usted no es racista porqué se siente ofendido?”. Con este mensaje en su página personal de Facebook, Angelina Aspuac expresaba su desconcierto ante las virulentas reacciones provocadas por la disculpa pública de María Andrea Flores. Durante los días que duró la controversia, los mensajes en los medios sociales de líderes y simpatizantes del Movimiento Nacional de Tejedoras oscilaron entre la voluntad de continuar explicando las razones de la denuncia, la indignación por el aumento de comentarios explícitamente racistas en las redes sociales y la necesidad de protegerse de los discursos de odio y las ciber-agresiones. Ante dichos ataques, líderes y simpatizantes denunciaron el racismo imperante copiando en sus cuentas los comentarios abiertamente racistas que habían recibido y a veces, el nombre de las personas que los habían realizado (“ya te dije que no soy racista, india resentida [Guatemala siempre]”). Facebook de Angelina Aspuac, 18 de julio de 2017). Además, decidieron solicitar los servicios de especialistas rituales que realizaron ceremonias de protección para las tejedoras y sus organizaciones. Incluso los sueños premonitorios de algunos simpatizantes las avisaron de estas “agresiones” y la necesidad de protegerse ritualmente.

La controversia de María Chula dejó un sabor agrí dulce en el Movimiento Nacional de Tejedoras. “Nos sobrepasó —reconocía Angelina—, pero por lo menos ya saben que hay una población que cuestiona”. Y aunque las tejedoras reafirmaron la importancia de las denuncias en los medios y en los tribunales en la lucha global por los derechos indígenas, también se mostraron preocupadas por el diálogo de sordos que había generado la polémica en Guatemala, así como los efectos negativos que la disputa mediática podía generar en su particular lucha política. Cuando un mes después las avisaron de que el Congreso de los diputados iba a dar una primera lectura a la iniciativa de ley de las tejedoras, estas decidieron no convocar a los medios. “Mejor no hagamos bulla... solo un poco de publicidad en las redes”, se dijeron, conscientes de que, en Guatemala, la controversia mediática de María Chula podía perjudicar a su causa.

En efecto, el caso de María Chula ejemplifica primero, cómo la visibilidad mediática no siempre es deseada y puede ser, además, proble-

mática. Visibilizar y debatir un conflicto importante para los pueblos indígenas en los medios o, al contrario, ocultarlo y negociar en privado, son opciones estratégicas legítimas que requieren, no obstante, de un control sobre los mismos particularmente difícil para poblaciones periféricas como las indígenas (Champagne, 1999; Celigueta y Martínez Mauri, en prensa). Segundo, constituye un ejemplo de la voluntad mediadora de los medios indígenas incluso en los momentos más difíciles, cuando los discursos de odio parecen imponerse en el debate o cuando las organizaciones indígenas están utilizando estrategias más confrontativas como las denuncias y los litigios. Un mes después, en agosto de 2017, Sandra Xinico lo explicaba de esta manera en un taller realizado en Quetzaltenango con mujeres tejedoras: “Lo que nosotras queremos plantear con este proceso es que se discuta el racismo que nos golpea a las mujeres que llevamos nuestro traje... buscamos que los pueblos indígenas y también el pueblo mestizo comprenda lo que queremos explicar... nosotras planteamos la denuncia a María Chula no porque el nombre de María sea malo, sino porque la gente racista decidió que todas somos Marías. Nosotras no queremos que se nos llame así”.

Finalmente, la controversia de María Chula nos sugiere cómo, ante la falta de una legislación especializada para los casos de apropiación cultural en Guatemala, las organizaciones indígenas trasladan los conflictos con las empresas y el Estado a los medios sociales. A veces, también denuncian este tipo de casos en instituciones como la CODISRA o la PDHG que suelen actuar legalmente con relación a otros agravios en los que sí tienen autoridad como el racismo o la discriminación. Aunque reconocemos que el racismo atraviesa casi todas las dimensiones de la vida social en Guatemala, esto tiene sus peligros. No tanto por la reacción visceral de algunos guatemaltecos, sino porque una sobreutilización del término “racismo” puede llevar a la pérdida de la fuerza política de su denuncia (Bastos, 2010) o porque, como me comentaron en la misma PDHG, todavía no saben muy bien cómo tratar este tipo de denuncias a las que no están acostumbrados.

CONCLUSIÓN

En criminología y particularmente en los estudios sobre ciber-odio y discursos de odio en internet (*cyberhate* o *hatespeech*) se ha analiza-

do cómo ciertos acontecimientos, por ejemplo los ataques terroristas que han sacudido Europa durante esta última década, funcionan como *trigger events* (es decir, como acontecimientos desencadenantes) que validan prejuicios, sentimientos y tensiones, abriendo un espacio a la expansión de ideas y creencias hostiles en las redes sociales (Williams y Burnap, 2016). Aunque en un principio, podemos considerar la fotografía de la revista *Look* y la disculpa de la propietaria de María Chula como *trigger events* o acontecimientos desencadenantes que provocaron la expansión de ideas y creencias racistas, me parece más pertinente interpretarlas, tomando en cuenta la perspectiva mediadora de la comunicación indígena, como desencadenantes de debates. En los casos que nos ocupan: debates sobre la propiedad colectiva de los tejidos mayas, la apropiación cultural y el racismo.

Los casos de *Look Magazine* y María Chula nos han permitido ahondar en las cualidades mediadoras de los medios indígenas incluso cuando estos están informando sobre los conflictos que mantienen con los Estados y/o las empresas. Al contrario de lo que solemos pensar, la comunicación indígena no tiene como principal objetivo denunciar los abusos de los distintos actores políticos y económicos hacia los pueblos indígenas, sino que busca, sobre todo, presentar y legitimar sus formas de pensar y organizar el mundo (Orobitg *et al.*, en prensa). De ahí su voluntad de mediación (Ginsburg, 1991; 2002) o “puesta en relación” (Orobitg *et al.*, en prensa) entre distintos colectivos. No obstante, y a pesar de esta voluntad, la comunicación a veces fracasa. Los medios simplemente dan por terminado el debate, como vimos con la revista *Look*, o como ocurrió con María Chula, la fina línea entre la confrontación y la negociación característica de este tipo de debates se rompe y entonces, la burla y el insulto se instauran. No obstante, y a pesar de los diálogos de sordos, los malentendidos y las quejas de las poblaciones indígenas por la incompreensión de sus mensajes, la voluntad y el gusto por la relación permanecen.

A pesar de la histórica exclusión de los pueblos indígenas de los medios de comunicación, en ambas controversias también observamos el papel protagonista de las tejedoras en el proceso dinámico y cambiante de la producción del acontecimiento-noticia. Los mensajes y comentarios en Facebook, así como las opiniones en los diarios, no pueden entenderse de forma aislada, sino que deben leerse, casi siempre, en relación con otros mensajes o noticias. Esto tiene como efecto

que, por lo menos mientras dura la controversia, se cree un colectivo mediático (aquel que sigue la controversia) en donde cada bando expresa su punto de vista. Y en este colectivo mediático, las tejedoras son centrales. Su principal interés es la defensa de lo indígena, a nivel global, como un patrimonio que les pertenece y sobre el que solo los pueblos indígenas deben decidir.

BIBLIOGRAFÍA

- ARNAQUA-BARIL, A. (2016): *Angry Inuk*, Canadá, 82 minutos.
- ASKEW, K./WILK, R. R. (2002): *The Anthropology of Media: a Reader*. London: Blackwell.
- BASTOS, S. (2010): “Desigualdad y diferencia: ideas para el estudio del racismo y sus consecuencias en Guatemala”, en R. Brett y M. Casaus Arzú (eds.), *El racismo y la discriminación étnica en Guatemala: una aproximación hacia sus tendencias históricas y el debate actual*. *Stockholm Review of Latin American Studies* n° 6, pp. 27-41.
- BORGERSON, J. L./MILLER, D. (2016): “Scalable Sociality and ‘How the World Changed social media’: conversation with Daniel Miller”. *Consumption Markets and Culture* 19 (6): 520-533.
- BUSTOS, L./DE SANTIAGO, P. P./MARTÍNEZ, M. A./RENGIFO, M. S. (2019): “Discursos de odio: una epidemia que se propaga en la red. Estado de la cuestión sobre el racismo y la xenofobia en las redes sociales”. *Mediaciones Sociales*, vol. 18: 25-42.
- CABANAS, A. (2017): “Entre María Chula y el derecho de decisión”. *Públicogt*. 24 julio 2017, <<https://publicogt.com/2017/07/24/entre-maria-chula-y-el-derecho-de-decision/>> (1 de octubre, 2017).
- CALVO, J. (2017): “María Chula y otras chuladas de la comunicación social”. *Plaza Pública*, 21 de julio, 2017, <<https://www.plazapublica.com.gt/content/maria-chula-y-otras-chuladas-de-la-comunicacion-social>> (24 de julio, 2017).
- CASAÚS ARZÚ, M. E. (2020a): “El racismo en los medios *online* y en los comentarios de las redes sociales en Guatemala”. *Diario La Hora*. 14 de febrero 2020, <<https://lahora.gt/el-racismo-en-los-medios-online-y-en-los-comentarios-de-las-redes-sociales-en-guatemala>> (18 de febrero, 2020).
- (2020b): “Guatemala: Así se expresa el odio contra indígenas y mujeres en las redes sociales”. *Nómada*, 25 de febrero, 2020, <<https://nomada.gt/identidades/guatemala-urbana/guatemala-asi-se-ex>

- presa-el-odio-contra-indigenas-y-mujeres-en-las-redes-sociales/> (29 de febrero, 2020).
- CASTILLO, M. C. (2020): “Hilar memorias para tejer historia: Hacia una antropología textil en Oaxaca”. *Revista Euroamericana de Antropología* 9: 125-139.
- (2017): “La blusa de Tlahuitoltepec *Xaam nixuy* es identidad”, en E. Galicia Isasmendi, F. Quiles García y Z. Ruiz Romero (eds.), *Acervo mexicano: Legado de culturas*. Puebla: Universidad Autónoma de Puebla, pp. 170-191.
- CASTILLO ZAMORA, J. M. (2017): “Los publicistas que se aprovecharon de María Chula para potencializar sus marcas”, *Relato*, 22 de julio, <[https://www.relato.gt/blogs/los-publicistas-que-se-aprovecharon-de-mara-chula-para-potencializar-sus-marcas](https://www.relato.gt/blogs/los-publicistas-que-se-aprovecharon-de-maria-chula-para-potencializar-sus-marcas)> (1 octubre 2017).
- CELIQUETA, G. (2015): “¿Mayanización, indigeneidad o mestizaje? Clasificaciones étnicas y diversidad en Guatemala”. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares* vol. LXX, nº1: 95-112.
- CELIQUETA, G./MARTÍNEZ MAURI, M. (en prensa): “¿Textiles mediáticos? Investigar sobre activismo indígena en Panamá, Guatemala y el espacio web 2.0”. *Revista Española de Antropología Americana*, 50.
- CHAMPAGNE, Patrick (1999): “La visión mediática”, en Pierre Bourdieu (ed.), *La miseria del mundo*. Madrid: Akal, pp. 51-63.
- COMISIÓN INTERNACIONAL CONTRA LA IMPUNIDAD EN GUATEMALA-CICIG (2019): “Informe Bots, Netcenters y Combate a la impunidad: el caso de Guatemala”, <https://www.cicig.org/cicig/informes_cicig/informes-tematicos/bots-netcenters-y-el-combate-a-la-impunidad/> (19 de enero, 2020).
- ECHEVARRÍA, M. (2019): “Los ‘netcenter’ en Guatemala”. *Plaza Pública* 1, febrero, <<https://www.plazapublica.com.gt/content/los-netcenters-en-guatemala>> (19 de enero, 2020).
- ELÍAS, A./ESCOBAR, S. (2017): “Ella es Aura Chiriz Ajpuac”. *Guatemalan Art*, 11 de julio, <<http://www.guatemalanart.com.gt/historias/ella-es-aura-chiriz-ajpuac/>> (2 de octubre, 2017).
- FIGUEROA, L. (2017): “La importancia de María Chula”. *El Periódico de Guatemala*, 21 de julio, <<https://elperiodico.com.gt/opinion/2017/07/21/la-importancia-de-maria-chula/>> (1 de octubre, 2017).
- FULTZ, K. (2016): *Economies of Representation: Communication, Conflict, and Mining in Guatemala*. Ph.D Thesis: Department of Anthropology, University of Michigan.
- GINSBURG, F. (1991): “Indigenous Media: Faustian Contract or Global Village?”. *Cultural Anthropology*, 6(1): 92-112.

- (2002): “Mediating Culture. Indigenous Media, Ethnographic Film, and the Production of Identity”, en K. Askew y R. R. Wilk (eds.), *The Anthropology of Media: a Reader*. London: Blackwell, pp. 210-235.
- GINSBURG, F./ABU-LUGHOD, L./Larkin, B. (2002): “Introduction”, en F. Ginsburg, L. Abu-lughod y B. Larkin (eds.), *Media Worlds: Anthropology on New Terrain*. Berkeley: University of California Press, pp. 1-36.
- HINE, C. (2004): *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.
- JIMÉNEZ, A. (2010): “Representación de las luchas mayas en los medios de comunicación escrita en Guatemala”. *Stockholm Review of Latin American Studies*, nº 6: 77-96.
- JUÁREZ, P. (2017): “Emprendedora busca apoyo para ayudar a comunidades en Sololá”. *Prensa Libre*, 31 de marzo, <<https://www.prensa-libre.com/vida/moda-y-estilo/emprendedora-busca-apoyo-para-a-ayudar-a-comunidades-en-solola/>> (15 de diciembre, 2019).
- MATSAGANIS, M. et al. (2011): *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- MARTÍNEZ MAURI, M./CELIGUETA, G./TOMÀS, J./Clua, M. (2017): “Tangible Ethnicity: in Search of Traditional Cultural Expressions in Catalonia, Gunayala, Guatemala and Senegal”. *Revista d’Etnologia de Catalunya*, 42: 186-201.
- MACLEOD, M. (2014): “De apariencias y resistencias: El traje de las mujeres mayas guatemaltecas como ámbito de disputa”. *Interdisciplina 2*, nº 4: 161-178.
- MENÉNDEZ, L. (2017): “Soy diseñadora y esto opino de la primera revista”, *Nómada*, 7 de julio, <<https://nomada.gt/cotidianidad/soy-disenadora-y-esto-pienso-de-la-primera-portada/>> (1 de marzo, 2020).
- MILLER, D. (2011): *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity Press.
- MONTERROSO, G. (2017): “María Chula y la cultura del odio”. *Diario La Hora*, 27 de julio, <<https://lahora.gt/maria-chula-la-cultura-del-odio/>> (5 de abril, 2020).
- NELSON, D. M. (1999): “Gendering the Ethnic-National Question: Rigoberta Menchú Jokes and the Out-Skirts of Fashioning Identity”, en *A Finger in the Wound. Body Politics in Quincentennial Guatemala*. Berkeley: University of California Press, pp. 170-205.
- OROBITG, G. et al. (en prensa): “Los medios indígenas en América Latina: usos, sentidos y cartografías de una experiencia plural”. *Revista de Historia*, 83.

- RODRÍGUEZ, J. M. (2017): “Black Pitaya y la #MariaChula”. *Siglo 21*, 21 de julio, <<https://elsiglo.com.gt/2017/07/21/black-pitaya-la-mariachula/>> (9 de agosto, 2017).
- SANDOVAL, M. A. (2017): “María: Nuevo insulto”. *Prensa Libre*, 21 de julio, <<https://www.prensalibre.com/opinion/maria-nuevo-insulto/>> (9 de agosto, 2017).
- SRINIVISAN, R. (2006); “Indigenous, Ethnic And Cultural Articulations of New Media”. *International Journal of Cultural Studies*, 9/4: 497-518.
- TURNER, T. (1992): “Defiant Images: The Kayapo Appropriation of Video”. *Anthropology Today*, 8 (6): 5-16.
- TUYUC, R. (2013): “Poder, racismo y medios de comunicación”, en *Racismo, medios de comunicación y pueblos indígenas*. Lima: Chirapaq.
- VALDIZÁN, C. (2017): ¿Racismo o apropiación cultural? *Siglo 21*, 21 de julio, <<https://elsiglo.com.gt/2017/07/21/racismo-apropiacion-cultural/>> (9 de agosto, 2017).
- VALVERT GAMBOA, D. (2017): “Échate un ‘look’ a vos mismo”. *Plaza Pública*, 8 de julio, <<http://plazapublica.com.gt/content/echate-un-look-vos-mismo>> (24 de julio, 2017).
- VAN DIJK, Teun A. (2003): *Dominación étnica y racismo discursivo en España y América Latina*. Barcelona: Gedisa.
- VELÁSQUEZ NIMATUJ, I. A. (2008): “Vías de exclusión: Indumentaria maya y racismo en la Guatemala contemporánea”, en M. Holsbeke y J. Montoya (eds.), *Los tejidos mayas. Espejos de una cosmovisión*. Ciudad de Guatemala: Cholsamaj, pp. 160-171.
- WILLIAMS, M. L./BURNAP, P. (2016): “Cyberhate on Social Media in the Aftermath of Woolwich: a Case Study in Computational Criminology and Big Data”. *The British Journal of Criminology*, vol. 52 (2): 211-238.
- WILSON, P./STEWART, M. (2008): “Indigeneity and Indigenous Media on the Global Stage”, en P. Wilson y M. Stewart (eds.), *Global Indigenous Media: Cultures, Poetics, and Politics*. Durham: Duke University Press, pp. 1-35.
- XINICO, S. (2017): “Racismo de Revista”. *Diario La Hora*, 8 de julio, <<http://lahora.gt/racismo-de-revista/>> (11 de diciembre, 2018).