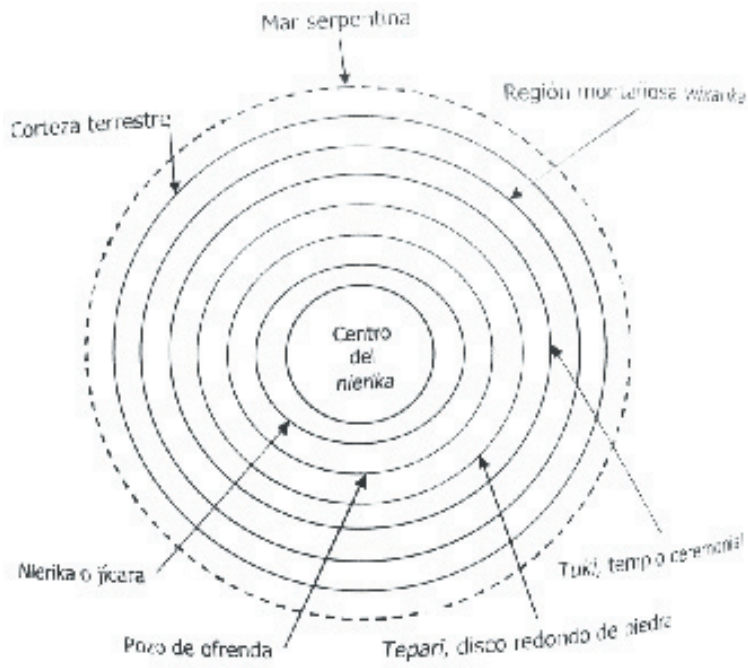
6. Comparación del arte huichol y el Diseño Gráfico

6.1 Diferencias y similitudes



El mundo según los huicholes

Como hemos visto a lo largo de esta investigación, cada persona tiene una manera diferente de ver el mundo, existe una invidualidad de pensamiento, percepción e ideas sobre todo lo que nos rodea. Los huicholes han vivido su propia historia, combinada con la historia paralela que sucedía en México, no son un grupo aislado ya que han recibido influencias externas o apoyos externos, simplemente entre ellos existe un interés por preservar sus tradiciones y creencias. Son uno de los pocos grupos que han mantenido su forma de ver el mundo por sobre las constantes intervenciones y cambios que han sucedido en nuestro país.

Para ellos el mundo se ve como un disco redondo achatado de sus orillas, rodeado por un mar de serpientes y en el centro habitan los *wixatari* (huicholes). Su visión del mundo es cíclica, una cosa lleva a la otra y nunca hay un final, el círculo del mundo nos lleva a otro, la región huichol, y éste a su vez a una comunidad huichol, y ella a su templo, donde en su centro se hace una ofrenda que tiene un centro que es una jícara votiva y ésta tiene su propio centro, una representación de un sol o un peyote, que tiene su propio centro y así sucesivamente (Fresán, M. *Nierika, una ventana al mundo de los antepasados*

6.1.1. Los conceptos y usos del color.

2002:100-101). Es decir, el mundo para los huicholes es una serie de círculos concéntricos, todos con una serie de significados, siempre apoyados en los cuatro puntos cardinales y representando siempre el quinto punto, el centro, la conexión con el mundo ordinario y el sobrenatural, el mundo y el inframundo.

Vemos con esto la similitud que existe con otras culturas mesoamericanas, en las que su cosmogonía ve al número cinco como el creador de todo, aquel que da armonía a todo. Y este número cinco para los huicholes es muy importante, a cada uno de los puntos cardinales se le da una importancia mitológica, donde cada uno de los dioses se posó, para que el mundo se sostuviera y el cielo no se cayera encima de todo. Cada mito se encuentra narrado por medio de cantos que realiza el *marakame* de la comunidad, enmedio de una ceremonia, ya sea la del peyote, la de la siembra o algun otro motivo más específico. Estos mitos estan cargados, como ya lo hemos señalado antes, de una serie de personajes míticos, dioses, chamanes, animales o plantas, todas ellas con un significado propio, y cada una ejemplificada con un color, con un canto y un mito diferente, pero que en todas las comunidades se trata de establecer de la misma manera, es decir, el mismo mito y sus mismas características, aunque siempre hay cambios mínimos que establece el *marakame* de la región. Es así que los huicholes ven en el color y el sonido la mejor forma de dar significado a sus creencias, el color se ve expresado en todas sus representaciones, que ya hemos revisado anteriormente, como son las figuras con chaquira, las flechas, los ojos de dios, las pinturas de estambre, y en el *tepari* de uso sólamente ceremonial, que como señala Fresan, es un disco redondo de piedra volcánica, con grabados en ambos lados, colocado en pozos, ofrendas, debajo del fuego, y otros lugares, se considera que comunica lo infraterrestre con

Cuadro de estambre

lo supraterrestre (Fresán 2002: 57); y el canto es la forma de representación oral de sus mitos, la manera en la cual los dioses se comunican con los huicholes a través de un intermediario que sería el *marakame*.

Entonces, si el color es una de las partes más importantes para expresar su cosmogonía, fundamentándonos en Fresán (2002), analicemos un poco los colores que han asignado los estudiosos de los huicholes para cada uno de los puntos cardinales.

El norte, que según la mitología, representa la región montañosa de Durango, y al espacio azul, donde Lumholtz (1986:40 y 46) y Neurath (citado en Fresán) le atribuyen el blanco; Kindl (citado en Fresán) el amarillo; Schaefer (1996:371) verde y Fresán (2002:24) azul.

El sur, donde sucedío el primer diluvio que dio origen a los ríos del mundo, Neurath, Mata (citados en Fresán) y Schaefer (1996:371) azul; Kindl (citado en Fresán) verde; Lumholtz (1986:40 y 46) rojo y Fresán (2002:24) blanco.

Poniente, sitio donde se termina el mundo, donde cae el padre sol. Fresán (2002:24), Mata, Kindl (citados en Fresán) y Schaefer (1996:371) negro; Neurath (citado en Fresán) morado; Lumholtz (1986: 40 y 46) blanco.

Oriente, nacimiento del padre solo, lugar de *wirikuta*,

Norte

Blanco: Lumholtz, Neurath.
Amarillo: Kindl.
Verde: Schaefer.
Azul: Fresán.

Sur

Azul: Neurath, Mata, Schaefer.
Verde: Kindl.
Rojo: Lumholtz.
Blanco: Fresán.

Poniente

Negro: Fresán, Mata, Kindl, Schaefer.
Morado: Neurath.
Blanco: Lumholtz.

Oriente

Amarillo y Rojo: Fresán, Neurath.
Rojo: Mata, Kindl, Schaefer.
Negro: Lumholtz.

Centro

Verde y Blanco: Fresán.
Todos los colores o pinto: Neurath, Kindl.
Amarillo: Schaefer.

6.1.1. Los conceptos y usos del color.

donde nace el peyote. Fresán (2002:25-27) y Neurath amarillo y rojo; Mata , Kindl (citados en Fresán) y Schaefer (1996:371) rojo; Lumholtz (1986:40 y 46) negro.

Centro, abarca toda la región montañosa lugar de los huicholes. Fresán (2002:27-28) verde y blanco; Neurath, Kindl (citados en Fresán) todos los colores o pinto; Schaefer (1996: 371) amarillo.

Podemos ver que cada interpretación a lo largo de la historia ha sido diferente, no existen las coincidencias de todas las opinones en ninguno de los puntos cardinales, tal vez por su propio punto de vista, por el mito que sus informantes les proporcionaron para realizar esta asociación o por el hecho de que cada uno de ellos como individuo tiene su propia percepción, y por lo tanto el venir de otro país o continente sí influye en el color que le atribuyan al punto cardinal. También puede existir la posibilidad, tal como ya lo señalamos en el capítulo de los huicholes, que los puntos cardinales no tengan un color fijo, que como lo dice Chavelo Gonzales de la Cruz (informante de Mac Lean), hay cinco puntos cardinales, pero estos no tienen un color definido , sino que hablan en todos los colores (Mac Lean 2001:318). Muchos de los informantes dicen que en el momento de la comunicación con los dioses, al ingerir el peyote, hay muchos colores, y de todos los puntos cardinales se desprenden muchos colores. Esto puede suceder debido a que como ya lo señalamos antes, la ingestión del *hikuri* provoca una alteración en la retina del ojo, y esto lleva a

Cuadro de estambre Mariano Valadez

visualizar y alucinar diferentes colores brillantes en todas las direcciones.

Recordemos también que los colores que utilizan para realizar sus representaciones de los mitos o de las ceremonias, son colores con un significado mítico, es decir, que estos colores ya están estandarizados entre todos los huicholes, y son los que se perciben en la ingestión del peyote. Al igual que las culturas mesoamericanas, los colores tienen diferentes significados o les provocan diferentes sensaciones. El pantone que Mac Lean (2001) y sus informantes establecieron, ve claramente las diferencias, el hecho de que no haya colores primarios como los nuestros, no hay rojo, ni amarillo ni blanco ni negro o verde, todos son colores fosforescentes o cafés o violetas. Sus colores son obtenidos de una forma natural, los pigmentos se obtienen de la tierra, de flores o de otros productos vegetales, sin embargo con el acceso a colores del mercado en muchas comunidades ya no tiñen sus telas con estos colores, eso no quita que traten de respetar sus colores tradicionales. Por lo que al ver un color de estos, para ellos va cargar con una serie de significados y sensaciones que ningu-na otra persona podrá tener sin antes haber entendido el por qué de su significado o sin haber experimentado esta forma de vida y creencias (ver cap 4.2.2).

Probablemente los colores que ellos tienen a nuestro parecer y siguiendo las teorías del color más famosas, no serían los convenientes para representar un hecho mítico, religioso, ceremonial, pero hay que recordar que cada individuo

Cuadro de estambre

6.1.1. Los conceptos y usos del color.

tiene una manera distinta de ver el mundo. El diseño gráfico basa la mayoría de sus productos o sus trabajos en las teorías del color, como ya lo señalamos, utiliza la psicología y la ciencia para causarle o transmitirle algo muy específico al espectador, aunque estas teorías no estén diseñadas para grupos como los huicholes, nosotros llegamos e imponemos las teorías que nos enseñan, lo que a nuestro parecer y al de la teoría es lo mejor, lo más adecuado, armónico, estético, pero no pensamos en que cada sociedad se desenvuelve diferente y tiene sus propias necesidades, no pensamos en que todos somos diferentes, tratamos de crear sin diferencias, cuando eso es imposible; como señala Van Toorn (1998), nosotros elaboramos algo, pero también debemos de comprender lo que es trabajar en una sociedad con relaciones de producción e intercambio cultural, con un afán de globalizarse e ir perdiendo su propia identidad y sus tradiciones (Van Toorn, *Communication Design:a social practice*, 1998:153) y eso es lo que el pueblo huichol no quiere, ellos han luchado por sostener su cultura, por hacerla más fuerte, por amalgamarla con la de los demás mexicanos en algunos momentos, pero nuca han luchado por cambiarla. Su identidad perdura en sus colores, en sus mitos, en sus cantos, y el diseño está en constante evolución, está a la moda, depende de lo que

Chamán en bautizo

sucede en la sociedad para subsistir, el diseño que también comunica y expresa, además manipula y provoca. El diseño es parte de ese consumismo, de esa globalización mundial, mas no por ello no debe de rescatarse que el diseño es un arte, al igual que el arte de los huicholes, utiliza colores con significados, utiliza un concepto y lo expone en sus resultados, se acompaña de elementos como el color, la forma, la textura, la línea y otros, y el diseño busca la manera de informar y comunicarle a los demás lo que alguien le pide que haga. Eso es muy parecido a lo que sucede con los artistas huicholes, que se someten (los que son *maraka-mes*) a un trance con peyote, y se comunican con los dioses que les piden que comuniquen algo a los demás huicholes.

Definitivamente hay muchas similitudes, pero también hay diferencias, y esas deberán ser las que se aprovechen posteriormente. Los colores y el concepto, son especiales para cada región, para cada persona, los colores son parte de nuestra vida, nos provocan diferentes emociones, pero ellas son influenciadas por nuestras respectivas creencias y experiencias, no podemos vivir pensando que todos ven el mismo color que nosotros y que lo interpretan de la misma manera, de lo contrario estaríamos cayendo en un mundo sin individualidad. Para cada caso hay un color, para cada persona, para cada grupo, para cada mundo hay un color, y hay que tomarlo en cuenta, hay que usarlo con sabiduría, hay que conocerlo y finalmente entenderlo.

6.1.2. Los procesos de representación.

Ya vimos el color, que tiene unas fascinantes variaciones con respecto a los significados de los colores que ya conocemos por las diversas teorías del color, pero no podemos reducirnos a esa mínima parte de los elementos. Tenemos que ver de lo general a lo particular. Para ello explicaremos los procesos de representación de los huicholes y los compararemos con los procesos de representación del diseño.

Como ya lo hemos marcado de manera general, para cada proceso hay una serie de pasos, el primero entonces sería entender el concepto, esto es, endender el tema que se va a desarrollar, desenredar la telaraña que hay en él, sacar cada elemento o parte de él.

Así vemos a los huicholes, para la creación de cualquier objeto artístico o artesanal, llevan a cabo el mismo proceso, el primer paso es el entendimiento del concepto o tema, en su caso la mayoría de las veces se trata de la representación de un mito o de una ceremonia, o la ejemplificación de alguna de sus deidades, es así como empieza todo. Por lo general el mismo chamán es el que realiza las obras más complejas, es el que tomaremos como ejemplo. El *marakame*, como ya lo vimos antes, para comunicarse con los dioses hace una ceremonia, la más importante es la del peyote, en donde acompañado de varias personas de su comunidad emprende un viaje al desierto de San Luis Potosí, para hacer la ejemplificación del mito de la

Huichol en el Centro Huichol, Nayarit

caza del venado ahí es en donde por varios días los chamanes se provocan un trance y realizan una serie de ceremonias, donde cuentan a los otros integrantes de la peregrinación los mitos más importantes de su cultura.

El chamán, como ya lo vimos antes, experimenta una serie de sensaciones y visiones que le produce el peyote (vease cap. 4.2.2), vienen los colores, las formas, texturas, las figuras y finalmente las narraciones. Mientras ellos viven esta experiencia los otros miembros del grupo también han ingerido peyote y su sueño o visión es guiada por los cantos del *marakame*.

El viaje de los peyoteros consumiendo peyote, está sujeto a una tradición, la caza del venado. Y por lo tanto el itinerario está fijado por los dioses, tal y como ellos vivieron y caminaron por esas tierras (Benitez 1996:98). Por esto mismo, el viaje de peregrinación depende del chamán, y él determinará en el momento en que deben regresar. Antes las peregrinaciones llevaban alrededor de un mes a pie, pero ahora, con el uso de camiones su viaje lo hacen en una o dos semanas como máximo, y muchas veces no paran en todas los lugares míticos.

Al regresar a sus comunidades se realiza una fiesta para que los peregrinos se despojen de las deidades y para entonces comenzar la fiesta de la siembra, donde con el agua que debieron traer los

Huicholes músicos

6.1.2. Los procesos de representación.

peregrinos se pide a los dioses por una época de buenas lluvias y buena siembra (Fresán 2002: 42). El *marakame* cuenta la historia de la peregrinación en cantos y toda la comunidad los oye atentamente mientras consumen agua de peyote.

Varios chamanes, después de esas ceremonias, realizan una serie de objetos artísticos, en donde los temas principales son los mitos de la creación, del maiz, del sol y de la caza del venado. Pueden elegir entre diversas formas de representación, tales como la de las jícaras rellenas con chaquira, la pintura de estambre, un *tepari*, flechas, y diversos objetos ceremoniales.

Para ello, lo primero es recordar el tema, ya sea mito o historia, después, la elección del objeto de representación. Posteriormente la elección de los materiales, la elección de los colores acordes a lo que van a representar, la elección de formas, de disposición en el espacio.

Ya habiendo realizado ese plan, se empezará a hacer el objeto. Se tiene que tomar en cuenta el clima y las herramientas que se utilizarán, como ya lo comentamos antes, los huicholes tienen diferentes procesos de creación, ya sea para el uso de la chaquira, el estambre o los textiles (estos últimos no los realizan los *marakames*), en donde no sólo el creador se ve implicado

Estambres

sino también las mujeres de la comunidad, u otras personas que sean los que consiguen o realizan los materiales que se utilizarán. Así comienza el trabajo del artista, comienza a plasmar en la base del objeto la idea a representar, hace sus propios bocetos, y luego agrega los materiales que utilizará (vease cap 4.3.2).

Logra entonces un objeto artístico conceptual, donde no sólo destaca la cantidad y calidad de colores, las formas, las texturas, la armonía y composición, sino que además expresa todo un concepto, ya sea mítico, religioso, ceremonial o histórico, y sobre todo, es una idea narrada con palabras visuales, es un canto en imágenes, es como dice Benitez (1996), “oye” los cánticos de los dioses, de los árboles y las rocas; “ve” salir el fuego a *Tamatz* y transformarse en extrañas y luminosas flores; y a flores convertirse de nuevo en venados azules, y los venados en nubes y nubes en lluvia que cae sobre las milpas (Benitez 1996:98). Es una poesia de creencias y figuras, transformados en un objeto de arte.

Recordando al arte y el concepto, entramos al diseño, que es una unión de varias disciplinas, formando entonces una idea de arte, estética, funcionalidad, comunicación e información. El diseño como ya lo vimos antes, es multicultural, multidisciplinario, multifuncional. También tiene un proceso de creación, que es muy similar al del huichol, aunque varian la temática, los materiales, herramientas y objetos que produce.

Ya antes hemos señalado

Cuadro de estambre

6.1.2. Los procesos de representación.

que el diseño gráfico recurre a un proceso idóneo de creación. Primero empieza con la asignación del trabajo, el cliente pide al diseñador que le realice algo, esto lo podríamos comparar, con los huicholes, cuando los dioses se comunican con el chamán y le piden que enseñe algo a los otros huicholes. En esta fase, podría considerarse una forma de comunicación donde el emisor (cliente/dioses) le dice al mediador (diseñador/*marakame*) que les diga o les de a conocer algo a los receptores (usuario/ huicholes). Hasta este momento vemos una gran similitud, pero continuemos analizando esto.

El siguiente paso de un diseñador sería el de la agenda del diseño, que al igual que el *marakame*, realiza, viendo sus límites, sus habilidades, y el entorno que lo rodea, vemos que para un diseñador las limitantes podrían ser el tiempo entre proyecto y proyecto, mientras que para un *marakame* podría ser el tiempo entre ceremonia y ceremonia o bien entre cada estación del año. Ahí encontramos otra similitud, que por supuesto varía en cuanto al entorno que rodean a estos sujetos y sus propias limitantes y sus propias formas de vivir.

Luego viene la investigación del concepto,

	Huicholes
-Asignación de trabajo por Cliente. -Dirigido a usuario específico. -Agenda, con límites, habilidades, entorno sujeto a tiempo de entrega. -Investigación del concepto, ideal entorno, usuario, medios,	-Comunicación con los Dioses. -Dirigido a comunidad huichol. -Agenda, con límites, habilidades, entorno sujeto a calendario ceremonial o de estaciones. -Chamanes no realizan investigación porque lo saben y no tienen competencia directa. Los artesanos

idea, el entorno, el usuario, los medios de comunicación, las restricciones, y otras variantes que deberá analizar el diseñador para realizar un mejor trabajo; todo esto difiere con los huicholes, ya que al crear para el grupo al que pertenecen, e informar o comunicar sobre algo, es hecho sin ningún tipo de investigación, posiblemente porque el mismo chamán ya entiende muy bien el concepto que deberá transmitir, y porque no existe competencia. Pero

6.1.2. Los procesos de representación.

en caso de que el artista no fuera un chamán, sino un artista o artesano de la comunidad, entonces en caso de que no sepa sobre el concepto, tendrá que preguntar al chamán, pero además tendrá que saber una serie de reglas o patrones de creación ya preestablecidos por un chamán anteriormente, esa sería la única manera en que sería parecido este paso entre el diseño y el huichol.

El siguiente inciso sería determinar lo que debe mostrarse, es decir, qué se busca expresar, cómo resumir el concepto en imágenes; en cuanto al huichol, esto ya lo tiene solucionado, ya sabe cómo expresar el concepto en imágenes, ya sabe lo que debe mostrar, y en caso de que no fuera el *marakame* el que realizara el objeto, entonces sí recurriría a pensar el cómo representará su concepto, y dependiendo del usuario, realizará su trabajo. Cuando un chamán, realiza un trabajo, generalmente es para uso ceremonial, lo coloca en las ofrendas o lo utiliza en sus ceremonias; por otra parte un artesano o artista huichol, vende sus trabajos a extranjeros o turistas que se interesan por su peculiar realización. En ese momento sucede, lo que ya contamos anteriormente, en donde algunos artesanos agragan una leyenda escrita, "explicando" lo que quiere

	Huicholes
-¿Qué expresa? concepto y resultado. -Tamaños y proporciones. -Técnica	-Ceremonial o artesanías para turismo. -Técnica, tamaño estandar.

decir su trabajo, cuando para un *marakame* esto no sería necesario, y considera una falta de respeto a sus creencias, ya que por lo general, la información de estas leyendas adicionales no es fidedigna. Entonces podemos ver que dependiendo del artista huichol puede o no ser similar este paso de creación.

Después vienen los tamaños y proporciones que deberá tener un trabajo que depende de la técnica que se vaya a utilizar, que podría ser de diseño editorial, audiovisual, de identidad gráfica, de información, y por lo tanto cada uno tendrá sus respectivos formatos. Por su parte, los huicholes también tienen que escoger su técnica, pero sus posibilidades son menores ya que los productos ceremoniales son pocos y los productos de los artesanos huicholes, son los que los turistas consuman más, por lo general, sus tamaños son estandares, los ya señalados para su propia cultura.

A continuación empieza el

6.1.2. Los procesos de representación.

bocetaje, que en ambas partes es realizado con dedicación y extremo cuidado además de tener varias opciones.

A ello se le agregan los elementos, como color , forma, textura, línea, dirección, tipografía, y otros, que en su conjunto logran la armonía del diseño. En el caso de los huicholes también hay este proceso de elección de elementos, aunque hay que decir que los elementos son muy diferentes a los del diseño, por ejemplo, no hay texto, sólo figuras. Los colores son muy diferentes, ya que se basan en los colores que perciben en sus ingestión de peyote, aunque cabe señalar, que varios huicho-les ya no realizan sus propios materiales, sino que los compran en las grandes ciudades, lo que hace que muchos de los colores de la artesanía huichol pierdan su significado único. En cuanto a la forma y textura, los huicholes tienen un énfasis en esta, ya que cada uno de los materiales que escogen para representar, tiene una textura muy especial y además con un significado específico.

	Huicholes
-Bocetaje, elementos gráficos. -Opciones del mismo proyecto. -Diversidad de	-Bocetaje, elemento, sin texto, con colores diferentes. -Piezas únicas. -Composiciones generalmente concentricas.

Finalmente ya que se tiene todo esto, el diseñador presenta diversas opciones del proyecto, para que el cliente escoja la que más le guste o la que más le convenga. En el caso del huichol, no realiza opciones para satisfacer a alguien más, sino que realiza piezas únicas, e irrepetibles que expresan un todo del concepto. El trabajo del huichol, generalmente funciona de una manera concéntrica, es decir, el espacio y sus figuras están alrededor de un centro. En el diseño, existen más formas de representación, pero la que utilizan los huicholes es de esta manera debido a sus propias creencias.

Es así como podemos ver que hay muchas similitudes entre el diseño y el arte huichol, que lo que nos diferencía no es tanto el proceso sino el entorno y las creencias o reglas que nos rigen.

6.1.3. La función.

Como dijimos antes, para resolver problemas de comunicación, es necesario someter a una comparación, la que nos dará un enfoque diferente, una opinión que saque algo nuevo, que nos de algo con lo que después podamos trabajar. Y la comunicación es la función principal del proyecto, que implica información, concepto, e imagen; la que nos presenta de una manera diferente el concepto, la que se adapta a nuestras necesidades, la que nos incita a un consumo.

La función tanto del diseñador como del artista huichol ya fueron explicadas en capítulos anteriores (veanse cap. 4.1.4 y 5.1.2), en donde en el caso de un artista huichol, se encuentra en la clase privilegiada, ya que es el encargado de transformar y traducir en imagen los conocimientos de su cultura; además que ahora los artistas resultan una parte muy importante para la economía familiar, ya que bajan de sus comunidades a las grandes ciudades a vender su trabajo y con ello compran semillas, sal u otros artículos que necesiten en su comunidad. En cuanto al diseñador, aunque todavía no tiene el reconocimiento que se merece, cada vez es más solicitado, cada vez la gente se concientiza más de que es un personaje muy importante en nuestra sociedad.

Cuadro de estambre

6.1.3. La función.

Ambos son los traductores, mediadores e informantes, entre el concepto y la realización material, ambos son fundamentales para marcar el desarrollo de las sociedades, y los dos responden a las necesidades de su entorno.

Para los huicholes, el *nierika*, es el contenedor infinito del universo huichol, ya que contiene la replicación infinita de elementos constituyentes del mundo y que como deidades guardan el conocimiento del mundo ordinario y sobrenatural, para que a través del poder de la visión, acceder a éste (Fresán 2002:101). Es decir, el *nierika* es el todo de su cultura, es la palabra que significa el todo, la unión entre el mundo de los dioses y el de los humanos, es la unión entre la realidad y la fantasía, el espíritu y el cuerpo; y no sólo eso, sino que el *nierika* está en todas partes, en sus jícaras, en sus casas, en el peyote, en las figuras que realizan en su vestimenta, en todo hay un *nierika*. Entonces el artista es el creador de muchos de los *nierika*, es el creador de otro universo, es el encargado de seguir haciendo *nierika*, de seguir representándolos en todos los objetos que realiza.

Y el diseñador por su parte

Cuadro de estambre

es el creador de símbolos, de otras maneras de representar un concepto, es el creador de información por medio de imágenes, es el encargado de transmitir algo a una sociedad a través de los diseños que realiza. El diseño a diferencia del arte no es para una sóla persona, tiene una finalidad comunal, tiene una función repartida entre los miembros de una sociedad.

Diseño de envase

Con ello cerramos esta parte de nuestra investigación, en donde vimos que dentro de las diferencias y la separación que existe entre el diseño y el arte huichol, también hay ciertas similitudes que nos podrán servir para encontrar una mayor diversidad en el diseño gráfico.

6.2.1. El diseño compuesto.

Comparación del arte huichol y el Diseño Gráfico

6.2 Aportes y enriquecimiento

6.

Ceremonia huichol

Por medio de toda esta investigación hemos visto la diversidad y calidad del arte huichol, de su rica conceptualización, de su cosmogonía, de sus mitos, de sus técnicas, materiales, colores y formas. También hemos generalizado sobre el arte de otras culturas prehispánicas o indígenas, con lo cual hemos podido entender mejor, las técnicas utilizadas, los materiales, el avance que ha tenido su arte, y la aparición de la artesanía comercial; con la finalidad de poder comparar esto mismo con el arte y artesanía huichol, con la finalidad de llenar los huecos que se tienen de la misma elaboración de arte huichol. Así conjuntando esta información de los huicho-les con las otras culturas prehispánicas e indígenas modernas podemos entender mejor la elaboración de textiles, de chaquira, de la cerámica, la cosmogonía, que aunque no es idéntica tiene similitudes, los colores y sus procesos de extracción. Ya teniendo todo esto en conjunto podemos com-pletar la información, y tener una mayor fuente para nuestro propósito, el diseño compuesto.

Recordemos que los huicholes no son un grupo aislado, sino alejado de la urbe, mas sin embargo reciben influencia, apoyo y participan con ella, con su desarrollo y crecimiento. Por tal motivo los huicholes están relacionados con lo que sucede en nuestro país, son parte de México, de los censos, de las estadísticas, del presupuesto de gobierno y son parte del diseño que hay en nuestro país.

6.2.1. El diseño compuesto.

Hasta la fecha el arte huichol ha sido tachado muchas veces por los artístas reconocidos mexicanos como un arte perteneciente a la psicodelia, cuando en realidad no se ha visto que no tiene relación con este movimiento artístico de la década de los sesentas y setentas. Ya con lo que hemos explicado del proceso de la obtención de los colores, los recursos con los que cuentan y sus respectivas tradiciones, entendemos que no es parte de un diseño de psicodelia, sino que es un arte huichol, así como podemos ver el arte griego, el chino, es el huichol, un arte que tiene sus propios fundamentos, y sus propias ideas. Por esto mismo al retomar algunas de sus técnicas, colores o materiales no significa que estemos retomando un movimiento artístico, sino que estamos incluyendo partes del arte huichol a nuestro diseño mexicano.

La finalidad de esto sería para evitar ese intento de globalización en donde todas nuestras riquezas se perderían en un todo. Recordemos que somos mexicanos y tenemos que conservar nuestras propias

Pintura de Warhol

6.2.1. El diseño compuesto.

costumbres y tradiciones, que cada país tiene una identidad propia, y que cada región dentro de ese país también la tiene. Ahora, que si nuestra función es la de comunicar, la de informar y traducir, entonces no podemos olvidar que cada quien percibe de diferentes maneras, que los colores que los diseñadores hemos aprendido a usar para un diseño armónico no siempre son las adecuadas para informar a un grupo como el de los huicholes. Además si como diseñadores queremos ser parte importante de nuestra sociedad debemos ayudar a preservar esas tradiciones tan específicas, no sólo dejarlas apartadas de la realidad sino adentrarnos en ellas, entenderlas y transmitirlas, nosotros podemos ser los mediadores entre los huicholes y la demás sociedad mexicana.

La propuesta entonces sería tomar algunos de sus elementos, apoyarnos en nuestras propias herramientas y transmitirles a los demás sobre ellos, o bien transmitirles a ellos sobre los demás. Para ello, retomamos la investigación que realizamos, los colores, las formas, algunos temas, las técnicas, los procesos y los materiales, ahora sólo nos falta ayudarnos de todos ellos y crear algo diferente y con ello también, ser una fuente para otros diseñadores que quieran retomar esta investigación y este proyecto.

Podemos tomar cualquiera de nuestras herramientas, un lápiz, una cámara, una computadora y empezar a crear, retomar sus mitos, retomar sus formas y texturas, crear y crear pensando en ellos y en toda nuestra sociedad.

6.2.2. La riqueza de nuestra identidad.

Como mexicanos estamos rodeados de tradiciones y costumbres muy variables, estas son diferentes en cada estado, en cada ciudad en cada comunidad, tal vez eso suceda porque desde antes de la conquista ya había muchos grupos culturales, que entre ellos tenían relaciones de poder, de intercambio, de influencias, pero cada uno se caracterizó por diferentes aspectos. Así México es un país variado, las lenguas, las personas, el arte y artesanía son distintos, aunque comparten técnicas o materiales el resultado final es diferente.

Pero también cuenta con un tipo de identidad general, la bandera, los símbolos patrios, aquellos que se dieron con la Independencia de nuestro país, los colores de nuestra bandera, el verde, blanco y rojo, el águila que proviene del mito azteca donde después se colocaría la ciudad de Tenochtitlán. Los nopales, la serpiente, todos estos son imágenes que pertenecen a nuestra identidad global como mexicanos.

Pero en México parecemos necesitar de algo que nos distinga por sobre los otros, por ello se tratan de preservar las costumbres antiguas de cada pueblo,

Bandera de México

6.2.2. La riqueza de nuestra identidad.

e integrarlas a las nuevas costumbres o a las adquiridas de otros paises. El hecho de que nuestras tradiciones cambien o evolucionen se debe al constante movimiento poblacional, es decir, el salir del campo a la ciudad por un mejor trabajo o el cambiar de ciudad a ciudad para mayores posibilidades o el de migrar a los Estados Unidos de Norteamérica para buscar más ingresos. Todo ello conlleva a una ruptura de nuestros propios ideales de identidad, sin embargo, migración no necesariamente implica querer dejar algo.

El mismo turismo nacional ya no busca aprender o conocer más sobre México, visitar ruinas arqueológicas o ciudades coloniales, o pueblos con alta tradición en la historia, se interesa por las playas, los parques de diversiones, balnearios, pero no se interesa por sus propias raíces. Y no sólo eso, sino que en los medios de comunicación masivos, rara vez se informa sobre grupos como los huicholes, lo que sabemos de ellos es lo que vemos en un mercado de artesanías variado, donde los que lo venden no tienen idea de lo que signifique ni de dónde proviene.

Logotipo grupo suma

Para evitar una destrucción de nuestra cultura, hay que intervenir, volver a promocionar, dar a conocer, influir, cambiar la forma de ver a México, y eso es un trabajo de los diseñadores, sobretodo de los mexicanos, que se interesen por rescatar sus propios elementos y que los utilicen para volver a dar a conocer la riqueza de nuestro país, que sean esos pocos que no quieran dejar en el olvido algo tan rico como el arte huichol.