

Dulce y picante Memoria / Sweet and spicy memory

L'Hoxa
internacionART
"estado profundo del arte hoy"

MUSEO # POBRE
& TRABAJADOR
M
colectivo de arte



Dulce de Tamarindo. Producto de Guatemala. 2023

Me obsequiaron el dulce guatemalteco que está en esta fotografía, no quise abrirlo pues, aunque contenga un producto natural y sabroso -dulce de tamarindo con una pizca de chile picante-, lo que me enciende a comentar es el empaque, de tusa del elote o mazorca que contiene los granos de maíz.

Es un producto portador de una forma de vivir de quienes los fabrican a la cual sobreviven esos rasgos de sus raíces, y es suficiente con verlos para que nos hable de su gente maya. No necesita etiqueta con explicación pues todos sabemos de la enormidad de valores cultivados por los "hombres de maíz" de que nos habla el Popol Vu, libro sagrado del pueblo maya Quiché.



I was given the Guatemalan candy that is in this photograph, I didn't want to open it because, although it contains a natural and tasty product -tamarind candy with a pinch of hot chili-, what makes me comment is the packaging, of corn or cob that contains the corn kernels.

It is a product of a way of life of those who make them to which those traits of their roots survive, and it is enough to see them to tell us about their Mayan people. It does not need to be labeled with explanation because we all know of the enormity of values cultivated by the "men of corn" of which the Popol Vu, the sacred book of the Mayan Quiché people, speaks.



Se trata de un producto comercial que adquieren los turistas para recordar la visita a Guatemala, y engloba la herencia mesoamericana, evocándonos no solo la geografía y su compleja pluriculturalidad tan característica en este istmo centroamericano, sino que nos ilustra a una naturaleza, costumbres, tradiciones y formas de ser impresionantes.

Para contextualizar este producto diría que la década de los años noventa fue muy importante en tanto en el mundo se hablaba del Diseño y Diversidades Culturales, donde estos matices son apreciados por encima de la nociva influencia del mercado global que se propone apagar todo grito de diversidad.

En esos años logré participar en un evento con ese abordaje en Florianópolis, Brasil, organizado por el Consejo Internacional de Sociedades de Diseño Industrial a mediados, cuando se focalizaba la tolerancia cultural en las cuales todas las etnias del mundo tienen igual importancia y una sola que falte en ese concierto el todo lo resiente.

Por aquel paradigma de la multiculturalidad tenemos un rol en esta modernidad, pero además el todo es demasiado grande y ahí son importantes considerar la composición de las singularidades, las diversidades de género, de raza, de posicionamiento ideológico, religioso, entre tantos otros factores que no se deben ver como debilidades sino como fortalezas. Aquellos productos que posean una identidad fuerte, como las de los pueblos originarios mesoamericanos, son centrales y de enorme valor.

A más de treinta años de aquella disruptiva en favor de los rasgos, pensamiento y multiculturalidad, aún estamos intentando valorar los frutos de la transformación, no solo en el diseño de productos sino también en el arte contemporáneo, aunque nadie dijo que fuera fácil.

Comentario de LFQ, noviembre 2023



It is a commercial product that tourists buy to remember their visit to Guatemala, and it encompasses the Mesoamerican heritage, evoking not only the geography and its complex multiculturalism so characteristic of this Central American isthmus, but also illustrating an impressive nature, customs, traditions and ways of being.

To contextualize this product, I would say that the decade of the nineties was very important in terms of the world of Design and Cultural Diversity, where these nuances are appreciated above the harmful influence of the global market that aims to extinguish all cries of diversity.

In those years I managed to participate in an event with that approach in Florianópolis, Brazil, organized by the International Council of Industrial Design Societies in the middle of the year, when cultural tolerance was focused on which all the ethnicities of the world have equal importance and only one that is missing in that concert the whole suffers.

Because of that paradigm of multiculturalism we have a role in this modernity, but also the whole is too big and there it is important to consider the composition of singularities, the diversities of gender, race, ideological positioning, religion, among so many other factors that should not be seen as weaknesses but as strengths. Those products that have a strong identity, such as those of the original Mesoamerican peoples, are central and of enormous value.

More than thirty years after that disruptive in favor of traits, thought and multiculturalism, we are still trying to value the fruits of transformation, not only in product design but also in contemporary art, although no one said it would be easy.

Comment from LFQ, November 2023