

RECETAS Y SECRETOS PARA HACERSE AMAR

De envases que contienen filtros, bebedizos y polvos para el amor

MDG Irma Carrillo Chávez

...sabes de los filtros que hay en el amor ...

“Mujer”, Agustín Lara

RESUMEN

Las imágenes populares que aparecen en los envases que contienen polvos, filtros, bebedizos y lociones para la obtención del amor muestran diversas peculiaridades: algunas evidencian a la imagen esotérica proveniente de Europa, otras son reinterpretaciones de obras de arte que por su expresión son utilizadas para ilustrar estos productos. Este breve ensayo se compone de una introducción al tema de la magia en el amor, para después analizar tres envases que narran a través de sus imágenes un fragmento de la apropiación cultural de las mismas a través del envase popular del amor.

PALABRAS CLAVE: Magia, amor, esoterismo, imágenes populares, expresión.

INTRODUCCIÓN

1 LA MAGIA DEL AMOR

Los filtros del amor se conocen en todas las culturas desde tiempos antiguos. Los chinos resuelven sus problemas amorosos utilizando complicados afrodisíacos que tienen como base el cuerno de rinoceronte, y en México el Toloache es la bebida preferida de las féminas que desean atolondrar al hombre que puebla sus sueños.

¿A qué se debe que tanto hombres como mujeres busquen el auxilio de polvos, filtros, bebedizos y oraciones para hacerse amar? La discreta visita al yerbero se ha convertido en gran comercio moderno. Amuletos para la buena suerte, contra el mal de ojo y polvos con diferentes propósitos sentimentales acompañados, por supuesto, del respectivo fragmento capilar o, en su defecto, de una fotografía del sujeto en cuestión pueden hacer maravillas en trabajos contra los celos, para atraer al ser amado o para dañarlo cuando no se es correspondido. Todos hemos tenido contacto alguna vez con conocidos que no dan un paso en sus relaciones sin antes haber consultado al

¹ Facultad del Hábitat de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Instituto de Investigación y Posgrado. Cuerpo Académico Diseño, Teoría y Arquitectura

quiromántico de moda o por lo menos, su horóscopo en una revista del corazón.

El problema es más de fondo que de forma. Alberoni en su libro "Enamoramiento y Amor" describe de manera profunda el estadio del enamoramiento, que define como "separar lo que estaba unido y unir lo que estaba dividido", en contrapartida con el concepto de amar al otro. El "estado naciente" como lo llama el autor, está formado de un intrincado mecanismo que finalmente hace detonar ese sentimiento de no poder estar alejado de la persona amada: el objeto puro del Eros. La alegría de un nuevo amor viene cargada de ilusiones, expectativas y ensoñaciones. Las percepciones de los sentidos son más intensas: colores, aromas, sabores y experiencias táctiles se exaltan en la persona enamorada; el carácter cambia y también el comportamiento hacia personas que antes nos pudieran ser desagradables. Nos creemos capaces de todo, es una fuerza interior que nos obliga a ejecutar acciones que antes ni por asomo hubiéramos pensado en hacer. Queremos ser vividos como únicos, extraordinarios, indispensables por el que es único, extraordinario e indispensable (Alberoni, 1989).

Al avanzar el estado naciente proliferan los diversos signos que interpretamos a nuestro favor: los gestos, las miradas y en general el lenguaje no verbal del otro es decodificado de distintas maneras por el enamorado ya que no está completamente seguro del objeto de su amor. La vida cotidiana parece tranquila y rutinaria en contrapartida del estado de enamoramiento que es éxtasis y tormento. El enamoramiento nos arrastra, nos trasciende y nos obliga a cambiar. Muchos hombres y mujeres no logran la paz hasta que no han transformado al otro en algo controlable, circunscrito, definido; hasta que no han hecho de él un animal doméstico (Alberoni, 1989).

Suponiendo que el enamorado no logre obtener al objeto de su amor. En ese momento buscará los medios, por muy increíbles o fuera de lo común que pudieran parecer, para lograr conquistarlo, para hacerse amar por él. Todo lo que sirva para llegar al ser amado y hacerse amar por él es esencial; el resto, lo que se diga de él, no cuenta en absoluto. Es en este momento, el instante de tomar consciencia de que no es correspondido o no del mismo modo, en que se deciden varias rutas: convertir la relación en una del tipo "atracción fatal", desistir del intento de seguir insistiendo o recurrir a medios fuera de la lógica y la realidad sin tomar en cuenta si la relación ya está deteriorada o incluso si ya se tiene otra relación previamente y aunque la relación estuviera deteriorada, aunque se hubiera envenenado y llegado a casi ser odio, el enamoramiento tiene el efecto de provocar en la persona abandonada un deseo terrible de posesión, se convierte entonces en un capricho. En esencia no le interesan ni sus sentimientos ni la felicidad del otro: me interesas tú como cosa (Alberoni, 1989)

2 LA MAGIA CHAMÁNICA

¿De dónde viene tan peculiar costumbre? Tal vez la respuesta la tengan los antiguos chamanes; se dice que hay un nexo importante entre la caza y la seducción: la penetración en el cuerpo del animal es similar a la unión sexual. Entre los Desanas del Amazonas, la palabra "cazar" significa también "hacer el amor a los animales". La presa es cortejada y excitada sexualmente, de modo que se dirigirá al cazador y permitirá que le dispare. El cazador debe estar en un estado de tensión sexual al que llega a través de la abstinencia con al menos un día de antelación. Si el animal al que mata es una

hembra, puede mostrar pesar por haber matado a “tan hermosa bestia”. En algunas partes de Siberia, el chamán, representando a la comunidad, puede entrar en contacto sexual con la hija o hermana del Ama de los Animales, que es un reno o un alce hembra y representa a su especie. Durante los rituales que representan al matrimonio con ella, la danza del chamán incorpora movimientos salvajes y rugidos, imitando al animal macho en celo (Vitebsky, 1995).

Un chamán no es un brujo, hechicero, curandero, médium o vidente. El chamán es un término que define a la persona que altera su estado de conciencia para viajar hacia los espíritus y tener contacto con ellos¹ mientras que en el médium, los espíritus acuden a su llamado y le comunican mensajes del más allá. Resultaría demasiado complejo analizar las características de cada uno de los personajes mencionados, baste decir que en cada cultura o sociedad tribal, incluyendo a las llamadas "civilizadas", la necesidad del hombre por explicarse situaciones que se circunscriben en el orden de lo ilógico e irracional, lo oculto o que esté rodeado de un halo de misterio, siempre tendrá como recurso acudir a mediadores que lo ayuden a entender ese mundo por medio de procesos adivinatorios o proféticos para tenerlo en control (Harner, 1988)

3 MAGIA Y HECHICERÍA EN LA LITERATURA

La literatura y la mitología están plagadas de personajes y objetos cargados de misterio y poderes sobrenaturales. Duendes, elfos, hadas, brujas, hechiceros, espadas, gorras y elixires son parte importante para que la trama de la historia adquiera tintes interesantes. Le conceden poderes y dones a protagonistas y antagonistas

de manera que puedan superar la infinidad de pruebas que tendrán como destino final, alcanzar la felicidad.

Los cuentos infantiles son un claro ejemplo de esto. Tenemos el caso de Blanca Nieves y la manzana o el de la Bella Durmiente y sus cien años de sueño. Sólo el amor de un príncipe podrá liberarlas del estado en el que se encuentran. Y claro, la realidad es más dura que la fantasía.

Es de la literatura celta de donde proviene la historia del Rey Arturo y sus caballeros de la mesa redonda. Personajes como Merlín el mago y la hechicera Morgana adquieren tal importancia en el inconsciente colectivo al que pertenece esta leyenda, que todavía se espera el regreso de Arturo de la Isla de Ávalon.

El "Cantar de los Nibelungos" por su parte, narra los afanes de conquista tanto territorial como de amor del caballero Siegfried, utilizando para estos efectos un gorro que le da poderes de invisibilidad así como el de ser invencible, al ser bañado con la sangre de un dragón.

Se pueden mencionar muchos ejemplos de la literatura, desde el mito más tribal hasta las obras de Shakespeare, pero lo que no se puede dejar de lado es que este arte narrativo influyó y está presente en la formación y educación de varios hombres y mujeres que piensan que pueden encontrar al príncipe o princesa de sus sueños. Esto acarrea una serie de ensoñaciones que describen al ser amado como el único con esas características sobre la faz de la tierra. Nadie tiene su voz, su mirada su forma de reír como el objeto de amor. El peligro principal radica en creer que este estado alterado de conciencia dure toda la vida. Como se mencionó anteriormente, la cotidianidad, la rutina y el conocimiento profundo de la otra

persona es lo que nos orilla a amarlos verdaderamente.

4 LA MAGIA MEDIEVAL

Por otra parte, no debemos olvidar el papel que desempeña la magia en estos menesteres. Ésta se puede considerar como la unión entre la religión y la ciencia; una cura mágica puede incorporar los conocimientos herbolarios de la medicina popular y al mismo tiempo frases procedentes del ritual cristiano, por poner un ejemplo. Representa una encrucijada entre la ficción y la realidad, es un cruce de caminos donde la religión converge con la ciencia, las creencias populares y las convenciones de ficción se encuentran con las realidades de la vida diaria. Los manuales de herbolaria que recomiendan tomar una planta específica como remedio para “todo tipo de fiebres” entrarían en el terreno de la ciencia o de la medicina popular más que de la religión. Sin embargo, cuando la toma de la infusión tiene que ser acompañada con la repetición metódica de una oración al arcángel Rafael, estamos dentro del terreno de la religión; y si además escribimos en un papel el nombre de la enfermedad y lo enterramos en las afueras de un cementerio en noche de luna llena, el hechicero está intensificando el poder de la ciencia y de la religión por medio de la magia.

El manual de Munich cuyo tema principal es el de la magia diabólica o nigromancia declara que entre sus múltiples remedios y recetas se puede llegar a enloquecer a una persona para hacer aflorar un amor apasionado. Las instrucciones que describe este libro exigen el dominio de una elaborada parafernalia. Además de círculos mágicos, el mago necesita la figura de cera de una persona o anillos, espadas u otros objetos de uso personal

además de plantas y hierbas como la raíz de forma vagamente humana invertida en el suelo: la temible mandrágora que nacía en las orillas de los patibulos regada con el semen de los ahorcados y que según indicaciones debería ser extraída de su sepulcro atando un perro a la planta para que éste sufriera los efectos vengativos de la raíz (Kieckhefer, 1989).

En algunos manuales de magia se explica como obtener el amor de una mujer. Mientras se recitan encantamientos, el mago debe tomar la sangre de una paloma y con ella dibujar una mujer desnuda en la piel de una perra. Debe escribir los nombres de varios demonios en diversas partes de esta imagen y, mientras lo hace, ordenarles que aflijan esas partes del cuerpo de la mujer real para que se inflame de amor por el solicitante del conjuro. La descripción del conjuro sigue bajo este tenor hasta hacerse notoriamente complejo.

En la Europa de la Edad Media los intelectuales conocieron dos formas de magia: la magia natural y la magia diabólica. La primera no se distinguía de la ciencia, sino que era propiamente una rama de ella y se ocupaba de los “poderes ocultos” de la naturaleza, mientras que la segunda era una derivación perversa de la religión ya que se alejaba de Dios y pedía a los demonios ayuda para la resolución de asuntos humanos.

5 LA MAGIA CULINARIA DE LOS AFRODISIACOS

El arte culinario ha sido siempre una de las herramientas más eficaces para conquistar el amor. Desde el conocimiento de las especias para condimentar que obviamente está relacionadas con las plantas medicinales, pasando por la combinación de aromas, colores y sabores, la cocina sirve para exaltar los

sentidos. ¿Quién no sueña con una cena romántica, preludio de acontecimientos más intensos? Ostiones, camarones, cebolla y una infinidad de alimentos más tienen fama de provocar en el hombre reacciones inauditas y en la mujer el deseo de la entrega pasional inmediata. En la actualidad encontramos recetas exóticas a base de pétalos de rosa y flor de Jamaica. Nieves, sorbetes, pasteles, salsas y bebidas entre otros, son platillos que prestan su naturaleza para ser utilizados como medio para conquistar.

6 MAGIA EN LA ACTUALIDAD, LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación masiva como la radio y la televisión utilizan un alto porcentaje de su tiempo para publicidad en promover a magos, santones, adivinos, lectores de Tarot y en general a cuanta persona que tenga un poco de sentido común y conozca la naturaleza humana y que desee hacer grandes cantidades de dinero de manera fácil.

Otra variante más actualizada es la información que encontramos por Internet. Un número indeterminado de sitios dedicados a las artes amatorias enlazadas por supuesto, con una gran cantidad de sitios dedicados a la

pornografía pueden provocar en el usuario una adicción difícil de eliminar. Tenemos el ejemplo claro del llamado cibersexo el cual consiste en escribir por correo electrónico mensajes eróticos a otra persona que incluso puede engañarnos haciéndonos creer lo que no se es -que se es hombre cuando se trata de una mujer o que se trata de un heterosexual cuando en realidad platicamos con un homosexual-.

En ese sentido el cibersexo sería la versión moderna de las cartas de amor tradicionales, con la ventaja de poder ser interactivas e instantáneas en su entrega...curiosamente, la mayoría de las respuestas que se relacionan al cibersexo con sentimientos más profundos como el amor o la amistad eran de mujeres. O de adultos de mayor edad (Gómez, 2003).

¿Quiere usted encontrar o conservar el amor? Podemos concluir que las creencias sobre las "pociones de amor" en cualquiera de sus variantes, son cuentos de personas que afirman que pueden conseguir su objeto de amor sin esfuerzo alguno de su parte. El amor se logra con la práctica, pues cuando se ama no se desea el sufrimiento físico y mental y tratar de conseguir que los momentos de felicidad superen cada vez más a los de dolor.

LOS ENVASES POPULARES EN EL AMOR

Pociones milagrosas, limpias para el amor, amuletos para atraer el dinero y la suerte son algunos de los productos que podemos encontrar en casi todos los mercados de México y de América Latina. En el Estado de México, el mercado de Sonora es el lugar en donde confluyen puestos de venta de esta clase de productos, encontrándose en una gran variedad

de presentaciones, desde los sobres con polvos hasta lociones y aerosoles que aseguran en su etiqueta a las personas que llegan con fe y esperanza a comprar estos remedios para tener suerte, se mejore su situación económica actual o se solucionen sus problemas de amor.

En el "Sonora", localizado en la parte más vieja de la Ciudad de México, "trabajan"

brujos o chamanes, los cuales ofrecen “lectura” de cartas españolas, tarot egipcio, tarot de la santa muerte, tarot del ángel caído, lectura de runas y tarot de los Orishas; prestaciones en santería y palo mayombe; lectura de caracoles y limpiezas personales para casas, negocios y autos: “Solución total y garantizada a todos sus problemas por difíciles que éstos sean, tanto de salud, de amores, de su negocio, de su auto y económicos”. En un área de 10.262 metros cuadrados se vende todo tipo de cosas imposibles de hallar en otro mercado que “sirven para los hechizos”, y que se comercian junto con imágenes de santos y “pócimas infalibles”. Esta clase de mercados se encuentran como se mencionó, en casi toda la República Mexicana, pero en menor proporción. Dejando de lado la intención primaria del contenido de estos remedios, lo que nos interesa es el análisis de las imágenes que aparecen en sus etiquetas.

Algunos de los productos que ofrecen llevan los sugestivos nombres de: 3 Potencias, 7 Elefantes, 7 Espíritus, 7 Machos, 7 Nudos, 7 Potencias, 9 Hierbas del Indio, Abre Camino, Ajo Macho, Alemán, Amarrador, Arraza Brujería (sic), Arraza con Todo(sic), Atrapa Cliente, Atrayente, Bendición del Dinero, Caridad del Cobre, Changó Macho, Chuparrosa, Contra Daños, Contra Envidia, Corta Maldad, Cordero Manso, Corta Espanto, Cruz de Caravaca, Cuerno de la Abundancia, Destierro, Destrancadera (sic), , Divina Providencia, Doble Suerte, Doblegado a mis Pies, Domina Guapos, Domina Todo, Gallina Negra, Gran Poder, Herradura, Jala-Jala, Jorobado, Juan Conquistador, Justo Juez, Levanta Negocios, Limpias, Llama Cliente, Lluvia de Suerte, Mano Poderosa, Niño Fidencio, Ojo Visor, Orulá, Págame Pronto, Para Todo, Paz en el Hogar, Piedra Imán, Quita Maldición, Retacha Todo,

Retiro, Rey Salomón, Reyna Contra Embrujo (sic), Rompe Camino, Rompe Saragüey (sic), Sagrado Corazón de Jesús, San Alejo, San Antonio, San Cipriano, San Judas Tadeo, San Lázaro, San Martín Caballero, San Miguel, San Ramón, San Simón, Sándalo, Santa Bárbara, Santa Martha, Santa Muerte, Siguaraya (sic), Tapa Boca, Triunfador, Tumba Trabajo, Velo de Novia, Ven a Mí, Ven Dinero, Venus, Yo Domino a mi Hombre, Yo Puedo Más Que Tú...

Es de destacar que las veladoras por ejemplo, presentan el producto en contenedores de vidrio en presentaciones como “vaso tequilero”; “cafetero liso o decorado”, “vaso cubero “vaso chelero”, por lo que se puede inferir que después de realizado el “trabajo” el vaso puede ser reutilizado con fines más domésticos.

Las etiquetas en cambio, son impresas en su mayoría a una tinta, aunque si se pueden encontrar algunos productos que las tienen en selección de color, ya sea utilizando fotografías o bien, ilustrados una imagen dibujada y reproducida por medios tan básicos que van desde una fotocopia hasta la separación de tintas. Es de hacer notar, que son los dibujos los que más llaman la atención puesto que estos contienen mayor expresividad y calidez, lo que otorga al producto esa característica de “envase popular” que ha gustado mucho, convirtiéndose incluso en una tendencia de diseño aceptada tanto por diseñadores como por amantes de la expresión “kitsch” mexicana. Muchos de los dibujos en su expresión, nos remiten a los libros llamados “del corazón” tales como: “El libro vaquero”; “El libro semanal”; “El Payo”; “Kalimán” y muchos otros que forman parte obligada del comic mexicano. A continuación se analizarán tres casos de etiquetas,

seleccionadas por su contenido y expresión en

la representación que se maneja en ellas.

TRES CASOS

Caso 1: Amarrador

El "Amarrador" es un amuleto utilizado para – como su nombre lo indica- amarrar al ser amado por medio de un hechizo. El sobre contiene un pequeño morral rojo de fieltro en cuyo exterior se encuentra pegado el amuleto amarrador hecho de metal y pintado de dorado. También trae bordada una piedra roja tallada en forma de triángulo. Además, el sobre contiene variadas

semillas que se identifican como granos de arroz, semillas de amaranto algunas es estado natural y otras teñidas de colores, además de un frijol rojo y una pequeña ampolleta de vidrio que contiene un líquido color verde fosforescente.

En las instrucciones que acompañan al amuleto se da cuenta de cómo debe procederse para que el hechizo dé resultados:

"Este amuleto contiene extractos que fueron sometidos a trabajos, ritos, oraciones y ceremonias para retener al ser querido.

INSTRUCCIONES: Humedezca las semillas y el dije del amarrador con la esencia de 'quíereme siempre'. Introdúzcalo en el morralito, escriba el nombre de la persona amada 13 veces con tinta roja sobre un papel color blanco y lo guarda en el morralito. Ya preparado, cárguelo con mucha fe".

La imagen del amarrador es impactante: representa a un ser andrógino, hombre y una mujer unidos por el tórax; sólo muestra dos piernas y dos brazos aunque cuenta con dos cabezas pertenecientes a cada uno de ambos sexos. La imagen del amarrador no es nueva. Según Platón existió una raza primordial, "cuya esencia está ahora extinguida", raza de seres que contenían en sí los dos principios, masculino y femenino. Los componentes de tal raza andrógina "eran extraordinarios por su fuerza y su audacia, y alimentaban en su corazón orgullosos propósitos, hasta los de atacar a los propios dioses".

En Platón, los dioses no fulminan a los seres andróginos, como habían fulminado a los gigantes, pero paralizan su potencia dividiéndolos en dos. De ahí el nacimiento de seres de sexos distintos, portadores, como hombres y mujeres, de uno u otro sexo; seres en los cuales permanece sin embargo el recuerdo

del estado anterior y en los que se enciende el impulso de reconstituir la unidad primordial. Para Platón, es en este impulso donde es preciso buscar el sentido último, metafísico y eterno del Eros. "Desde estos tiempos tan antiguos, el amor impulsa a los seres humanos los unos hacia los otros; es congénito en la naturaleza humana, y tiende a restablecer la naturaleza primordial en la tentativa de unir en un solo ser a dos seres distintos y, por consiguiente, volver a sanar así a la naturaleza humana".

Aparte la común participación de los amantes en el placer sexual, el alma de cada uno de los dos "tiende a algo diferente, que no sabe expresar, pero que siente y revela misteriosamente. Casi como contraprueba a posteriori, Platón hace que Hefesto pregunte a los amantes: "¿No es quizá, esto que deseáis, una fusión perfecta del uno con la otra, de manera de no separarse jamás, ni de día ni de noche? Si tal es vuestro deseo, yo estoy

dispuesto a fundiros y a soldaros juntos, con la fuerza del fuego, en un mismo individuo, de dos que erais, de manera que viváis unidos el uno al otro tanto como dure vuestra vida y, una vez muertos, allá, en el Hades, en vez de dos seáis uno sólo, unidos el uno a la otra en una suerte común. Pues bien, considerad si es a esto a lo que aspiráis y si, alcanzado esto, os daríais por satisfechos." "A este respecto —dice Platón— bien sabemos que ni uno solo habría que lo rechazara o que mostrase su deseo de otra cosa, sino que cada uno de los dos pensaría que finalmente había oído expresar lo que desde largo tiempo era su deseo: unirse y fundirse con el amado para, de dos seres distintos, no formar más que una naturaleza" (Platón, 2010).

Por otra parte, en el tratado alquímico llamado el *Rosarium philosophorum*, manuscrito atribuido a J. Griemiller, Praga, 1578, se explica visualmente la fijación del cuerpo-espíritu mediante el siguiente proceso: En primer lugar se produce la unión del hombre y la mujer, representados por el sol y la luna alquímicos, en el agua primigenia; en segundo lugar, de esta cópula surge una llama de vida bajo el aspecto de un niño que asciende hacia los cielos, la llama de vida desciende de nuevo sobre la pareja alquímica. De este modo se produce la espiritualización del cuerpo y la materialización del espíritu que el *Rosarium* representa bajo la forma del andrógino. Otro alquimista, Artepheus, lo explica con las siguientes palabras: «De esta manera se hace la mixtura y la conjunción del cuerpo y el espíritu, que los filósofos denominan el cambio de las naturalezas contrarias, porque, en esta disolución y sublimación, el espíritu es cambiado en cuerpo y el cuerpo es hecho espíritu». Y luego añade: «La disolución del cuerpo y la coagulación del

espíritu se hacen por una única y misma operación» (arsgravis, 2011)

Muchas son las asociaciones que se hacen a la imagen del andrógino. Existen una serie de correspondencias entre los humores – sanguíneo y colérico para ejemplificar lo masculino; flemático y melancólico para la representación femenina- y los elementos – tierra, agua, aire y fuego-, las estaciones del año, las cualidades, la alquimia e incluso con los órganos del cuerpo humano, asociaciones realizadas por alquimistas, filósofos, geómetras, pintores y gnósticos de todas las épocas, así que no es de extrañar que en la actualidad esta imagen haya sido rescatado por las personas dedicadas a la hechicería para relacionarla con la unión de los amantes.

Caso 2: Polvos del desespero

El polvo del desespero sirve para sacar de sus casillas al ser amado, o para ejecutar una venganza contra alguien que ha hecho daño a la persona que lo utiliza. El producto se presenta al consumidor dentro de un sobre de papel amarillo. En la portada se aprecian dos niveles de atención: un dibujo lineal, ligeramente sombreado que presenta un fragmento del cuadro de Edvard Munch “El grito” y una leyenda que dice “Polvo del desespero” realizada a mano; en este texto se hace notar la intención de un diseño tipográfico rudimentario. Los dos elementos son rodeados por un ornamento lineal puntiagudo, tal y como aparece en los cómics para remarcar la intención de un grito. Al reverso, podemos encontrar las instrucciones de uso: “Póngase en fetiches o directamente en la casa del elegido. También procure arrojarle encima un poco”. Y la oración que se debe rezar al momento de arrojar el polvo:

“Desesperado espíritu haz que (poner el nombre del afectado) se desespere por mí. Que no tenga ni un rato de tranquilidad hasta que a mis brazos venga (nuevamente el nombre) desesperado y hambriento por mí. No lo dejes ni sentarse ni acostarse hasta que se levante y desesperado venga por mí”.

En el caso de este envase es importante mencionar el valor icónico del cuadro de Munch. El propio Munch relata que el momento de inspiración para pintar este cuadro fue durante un paseo con unos amigos. El cielo estaba teñido de rojo, con matices naranjas y azules. En ese momento, tuvo un ataque de ansiedad que lo hizo detenerse por un momento: experimentó el grito silencioso de la naturaleza. En 1961, la revista Times utilizó la pintura para ilustrar la edición cuyo tema principal fue la culpa y la ansiedad. En ese momento, la pintura adquirió la categoría de ícono de la cultura contemporánea, a pesar de haberse pintado en 1893.

Esta obra representativa del expresionismo alemán fue desacralizada por el pintor del movimiento Pop, Andy Warhol, al realizar una serie de serigrafías con la pintura de Munch. A partir de ahí, la pintura a sufrido una serie de transformaciones, al punto de ser reproducida en toda clase de productos, desde camisetas hasta tazas de cerámica, pósters y llaveros lo cual da testimonio de su estatus como ícono, así como de la completa desacralización para el público actual. Incluso se dice que el asesino de la saga *Scream* está inspirado en este cuadro (El grito, 2011) “El grito” es una obra con gran fuerza emocional, y la banalización de la imagen en la cultura popular se puede interpretar como el intento de

desactivar el sentimiento de incomodidad que, inevitablemente, provoca en el espectador.

Volviendo a nuestro envase, podemos verificar el valor icónico de la pintura original, su peso específico como representación expresiva de estados emocionales como la culpa, la ansiedad y el desespero. Se evidencia en el envase el conocimiento anterior de este ícono, aún sin saber que existe la pintura ni a qué movimiento pictórico pertenece. Este envase es un buen ejemplo del acto de apropiación icónica que sufren algunas obras de arte por parte del mercado de consumo, fenómeno del cual podemos encontrar varios ejemplos, tal es el caso de la Mona Lisa que ha aparecido en un sinnúmero de anuncios publicitarios así como la Venus de Botticelli, algunas pinturas de Degas, Warhol o Renoir.

Caso 3: Divina chuparrosa

El envase contenedor del hechizo es de un aerosol que no se diferencia mucho de los que conocemos para perfumar el ambiente. Los hechizos vienen en una gran variedad de presentaciones: desde sobres de papel o celofán hasta jabones o velas. Este envase presenta en su etiqueta la imagen de un colibrí en el acto de libar el néctar de una flor. El hechizo lleva por nombre “Amor, ven a mí. Abre el camino”. En la parte posterior se lee la leyenda:

“Aromatizante. Al poder de la divina chuparrosa”. La oración reza lo siguiente:

“Oh! Divina Chuparrosa, tu que por el poder divino endulzas y alegras las cosas, quiero que endulces mi vida y alegres mi corazón; yo que por tu divina intercesión he de vencer a mi amado(a) y sólo sea para mí, y así como chupas la miel de las flores, chupa la sal y la mala suerte que tengo,

y así en todo vencer, tu novenario te he de hacer, para que no me olvides y me traigas al ser amado, fiel y lleno de amor”.

La etiqueta está impresa a dos tintas, rosa en el fondo y negro para la imagen y las instrucciones. En esta etiqueta ya se ve la intervención de la computadora pues tanto la imagen como los textos se perciben bien impresos. Los ornamentos son profusión de flores y un corazón al lado de la palabra “amor”.

La chuparrosa o colibrí ha sido considerado como un símbolo importante en muchas culturas. En la cultura Prehispánica se percibe como un ave buena, respetuosa y mensajera de los dioses. La leyenda dice que un día Coatlicue, diosa de la vida y de la muerte, estaba barriendo y se encontró un montoncito de plumas preciosas y se lo metió en el pecho. Esto bastó para que ella se embarazara, dando a luz Huitzilopochtli, principal dios mexica. Como se sabe, fue el mismo Huitzilopochtli quien guió a los aztecas a Tenochtitlán y esto lo hace en forma de colibrí. Se decía también que el colibrí era un ave que moría en invierno pero resucitaba en primavera. Esta creencia la aprovecharon los evangelizadores en la Colonia para explicar la resurrección de Jesús a los indígenas. Ellos lo entendían bien pues reconocían al colibrí como “un ser respetuoso, que no hace daño ni a las plantas, ni a los animales, ni al hombre.”

“El símbolo del corazón es intrigante, ya que, a pesar de guardar un remoto parecido con el aspecto real del órgano cardíaco, en realidad no se puede decir que sea una síntesis formal del mismo”. [...] El símbolo del corazón tal como lo conocemos, es una abstracción simple. Sobre su origen hay varias teorías, ninguna de ellas definitiva. Algunas de ellas se remontan a tiempos muy antiguos, como la que ubica su creación, en la Grecia clásica, donde pudo ser extraído del semblante de una paloma [...]”.

Los alcances del símbolo del corazón en cambio, sí pueden ser definidos, ya que es utilizado sin lugar a dudas como tema principal

En la medicina prehispánica se utilizaban las plumas del Huitizili, su nombre náhuatl, para rituales que buscaban atraer a la pareja. También se usaba para la cura de “enfermedades del amor” o de transmisión sexual. En la Colonia los colibríes muertos eran usados como símbolos de buena suerte y fortuna en amores. Existía la creencia común de que portar collares con plumas de colibrí servía para invocar la llegada de un nuevo amor. Esta práctica llegó inclusive a ser prohibida por la Inquisición y existen recuentos de mujeres juzgadas por utilizar al colibrí en rituales y amuletos.

Respecto a la significación de la imagen en el envase, podemos hablar sobre el uso de “metáforas visuales muertas” o lugares comunes. El color rojo y sus derivados se han utilizado desde hace más de un siglo para representar al amor, ya que estos colores –desde el rojo intenso que representa la pasión desmedida o la sangre derramada, hasta el rosa claro que puede significar la ternura y delicadeza de la mujer o de un sentimiento sincero- se utilizan de forma recurrente para este efecto. Por su parte, la imagen del corazón es todo un objeto de estudio. Menciona Axel Velázquez en el libro “De todo corazón” (Velázquez, 2009):

del amor, las emociones y los sentimientos. Normalmente se representa en un color rojo intenso y se ha convertido en un símbolo

universal para describir las diversas facetas del amor: la pasión, el deseo, la ternura, la alegría y

el enamoramiento.

REFLEXIONES SOBRE LA GRÁFICA POPULAR

A manera en que se generan los símbolos es todo un tema de estudio. En algunos casos, una imagen muy definida tiene connotaciones que, en apariencia, no tienen algo que ver con lo que representa a nivel visual, pero sí puede haber una relación en cuanto a sus cualidades físicas, su uso o sus funciones inherentes. Por otra parte, los símbolos llegan a contener significados asignados a través de una intrincada red de asociaciones históricas y metafóricas, por lo que descifrarlos requiere conocer el contexto de dicha imagen.

El lenguaje de la gráfica popular ha sido tema de análisis desde épocas recientes. A partir del “boom” que se generó en la comunidad de diseñadores gráficos y publicistas con el fenómeno del “revival” de la gráfica popular, se ha suscitado un fenómeno de reconfiguración de las imágenes generadas por rotulistas, pequeños impresores y dibujantes autodidactas, entre otros. Muchos de los símbolos utilizados en esta clase de trabajos, proviene de la experiencia personal, de la sabiduría de los refranes o del ingenio e imaginación de los mencionados rotulistas.

Por su ingenuidad y carga expresiva, los símbolos populares se convierten en imágenes codiciadas por parte del diseñador, el cual las utiliza como vehículo de comunicación para dar un toque “vernáculo” o “popular” al diseño reconfigurado y generar una identidad en ciertas clases sociales que tienen acceso a productos de diseño. Así, encontramos que varios artistas gráficos utilizan estos “moldes populares

probados” para ofrecer productos como dulces embotellados (Remedios mágicos, 2011) y en cuya superficie se encuentra adherida una etiqueta emulando las fórmulas de los envases originales que venden en los mercados de yerberos.

Los signos utilizados reiteradamente son los corazones, las flores, las mujeres voluptuosas o sensuales o bien, una pareja en la acción del acto sexual. Las tipografías más recurrentes son las inspiradas en este estilo de gráfica, siendo un ejemplo de ello la “Luchita Payol” o la “LED Gothic, ambas diseñadas por Enrique Ollervides (Holtz, Déborah y Mena, Juan Carlos 2011) Por otra parte, las técnicas de realización son casi siempre fotocopias, normalmente sin planeación ni bocetajes previos. En cualquier caso, el análisis de imagen de productos tan peculiares como estos da cuenta del poder de la imagen en la vida cotidiana del hombre.

Referencias

- ALBERONI, F. 1989. *Enamoramiento y amor* (5ª ed.) Barcelona: Gedisa
- VITEBSKY, P. 1995. *Los Chamanes, el viaje del alma* España: Taschen
- HARNER, M. 1988. *El viaje del Chamán*, (3ª ed.1998) Barcelona: Kairós
- KIECKHEFER, R. 1989. *La magia en la Edad Media*, (2ª ed. 1992) Barcelona: Crítica
- GÓMEZ, E. 2003. *Cibersexo ¿La última frontera del eros? Un estudio etnográfico*, Universidad de Colima, México.
- PLATÓN, *El Banquete o del amor*. Biblioteca Gandhi, 1ª edición, México, 2010. P. 215

Tratado alquímico. Documento recuperado el 12 de abril de 2011:
<http://www.arsgravis.com/detall.php?id=125>
Sitio de la asignatura de simbolismo. Facultad de Bellas Artes. Universidad de Barcelona.
17/03/2010. *SIMBOLISMO: El andrógino*, Raimon Arola.

El grito. Documento recuperado el 27 de abril de 2011:
<http://airamcontaminacionartistica.blogspot.com/2010/03/el-grito.html>
VELAZQUEZ, Axel, De todo corazón, Trilce ediciones, México, 2009.
Remedios mágico. Documento recuperado el día 3 de junio de 2011 <http://www.remediosmagicos.com/>
HOLTZ, Déborah, MENA, Juan Carlos, Sensacional de Diseño Gráfico, Trilce Ediciones, México, 2001