



FESTIVAL
INTERNACIONAL DE LA
IMAGEN

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN
9-13 mayo / may 2016
Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia
www.festivaldelaimagen.com

XIII Foro Académico de Diseño

XV Festival Internacional de la Imagen

“Ungüentos, Pócimas y Brebajes: Análisis de su Significado y Significancia en la Comunidad Antioqueña”

Hernán Darío Castaño Castrillón

Instituto Tecnológico Metropolitano, Estudiante Diseño Industrial
Medellín, Colombia
hernan9611@hotmail.com

Abstract

Cuando un diseñador concibe una idea trata de responder a una necesidad de su entorno, aplicando sus conocimientos para generar una posible solución a dicha situación; en este proceso de creación el diseñador se encarga de hacer la mejor composición y configuración de elementos que sean posibles, y así llegar al resultado final, de manera gráfica, a nivel de una experiencia o un objeto para el usuario (dependiendo de la especialidad del diseño a la cual pertenezca), buscando que el usuario llegue a satisfacer la necesidad que tenía, y que pueda comenzar a interpretar cierta situación de una manera diferente a como se venía realizando.

Pero hay una etapa después de la creación de dicho concepto o producto que si bien es planeada por el diseñador genera cierta incertidumbre en el proceso de posicionamiento en el mercado, y es la aceptación y trascendencia que los usuarios le darán a dicho objeto, pues bien, el imaginario colectivo¹ de la sociedad es el encargado de la aceptación y apropiación; como es el caso a tratar de los productos de carácter esotérico, naciendo como simples curiosidades o productos de novedad, terminan por adquirir un valor mágico para el nicho de mercado que utiliza esta oferta, es que es bien sabido que el pensamiento mágico² de la región antioqueña viene de cientos de años atrás, debido a las tradiciones ancestrales, heredadas de los indígenas y los africanos, transferidas hoy por los chamanes o rezanderos de la región por sus atribuciones mágicas.

Durante el análisis que se realiza a la apreciación que tiene la cultura paisa sobre dichos objetos, podemos llegar a la interpretación de tres elementos característicos de dichos objetos:

¹ El imaginario colectivo según Edgar Morín constituye todo el conjunto de mitos formas, símbolos, tipos motivos o figuras que existen en una sociedad en un momento dado (Morin, 1960)

² La noción de pensamiento mágico hace referencia a una forma de pensar que se basa en la imaginación, las tradiciones, las emociones o la fe, lo que hace que sus expresiones carezcan de una argumentación lógica.



Universidad de Caldas



Doctorado en
DISEÑO
+ Creación

maestría en
diseño
+ creación interactiva



FESTIVAL
INTERNACIONAL DE LA
IMAGEN

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN
9-13 mayo / may 2016

Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia
www.festivaldelaimagen.com

- Relación usuario/producto (Prácticas de Consumo y Relación Cultural)
- Estética (Análisis estético formal)
- Estructura (Etiqueta y Packaging)

A partir de estos tres elementos de interpretación se realizará un detallado análisis sobre el impacto que el objeto pueda tener en el usuario, además de percibir cómo a partir de elementos culturales o de la tradición oral de una comunidad, se pueda generar cierta apreciación del mismo, a causa de la carga cultural y el contexto donde se localice, y cambiarle totalmente el significado y el significante, llevándolo a un punto que en ningún momento desde su creación se había esperado que tuviera. Y es que así como en la interpretación que se le da a cada objeto depende de la visión particular de cada contexto, es así como se va configurando todo el espectro de tradiciones y ritos, que con el pasar de los años se encargarán de que esos objetos creen memoria e identidad para una comunidad.

Palabras clave

Cultura Material, Diseño, Esoterismo, Antioqueñidad.

Mesa temática

La ponencia presentada se enmarca en los estudios de Sostenibilidad, arte, sociedad y medio ambiente.

Categoría

El siguiente proyecto se presenta como una ponencia.

Título e Información de Autor

Hernán Darío Castaño Castrillón

Calle 101 # 44 A 26

Texto

Antioquia como región es uno de los lugares más ricos en tradición oral y escrita a lo largo de toda Colombia; sus fiestas, costumbres, su gente, son elementos vivos de la llamada cultura “paisa” que a lo largo de los años se ha consolidado como una región con identidad propia, que enmarca costumbres a todas las civilizaciones que tienen la oportunidad tanto de interactuar como de investigar acerca de ellas.

“Quien entre a Internet y busque las páginas sobre Antioquia tropezará con una visión fundamentalmente folclórica, convencional y tradicionalista de la cultura antioqueña: no es la vida de las ciudades, no es el mundo de la industria, no es la literatura de Fernando Vallejo lo que constituye la identidad antioqueña, sino el carriel, el tiple, los ancestros blancos e hidalgos, el aguardiente y ciertos rasgos



Universidad de Caldas



Doctorado en
DISEÑO
+ Creación

maestría en
diseño
+ creación interactiva



**FESTIVAL
INTERNACIONAL DE LA
IMAGEN**

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN
9-13 mayo / may 2016

Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia
www.festivaldelaimagen.com

psicológicos (rezandero, tumbador, trabajador, emprendedor, ingenioso, bebedor) que solo los antioqueños – aunque no todos– tendrían”, esto según Pascual Gaviria a partir de una investigación brinda a cerca de lo que podemos encontrarnos con la inigualable cultura antioqueña; y es que referirse a esta cultura es llenarse de un derroche de imágenes, elementos, formas, costumbres y características tan únicas e irrepetibles, que hacen que sea más que complejo dar por entendido todo el peso que trae decirle “paisa” a un habitante de este departamento, o de los que lo rodean como Caldas, Risaralda, Quindío, Norte del Tolima y Norte del Valle del Cauca.

Es así como a partir de una de las líneas de investigación planteada por el Semillero de Cultura Material “Objetual” del Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín, se busca hacer un análisis sobre el imaginario colectivo³, transformado en imaginería sobre las costumbres, los objetos y los elementos que han podido aportarle a la región rasgos identitarios característicos que han logrado guardar la historia, encargándose de transmitirla de generación en generación manteniendo vivas todas las tradiciones de los primeros pobladores de aquel lugar; en esa investigación se encontró con un factor que arroja muchas variables, como los empaques, las etiquetas, el vínculo que se genera entre usuario y objeto, la interacción y las costumbres que rodean a esta población, este factor es el esoterismo y la medicina popular, al cual se le desarrollará un análisis de sus principales aspectos con relación a su uso y apropiación en la cultura “paisa”.

Y antes de hablar de esoterismo y medicina popular; es importante tener claro cuál es el concepto de cultura material, pues bien al hablar de éste nos referimos al conjunto de actividades, elementos, objetos, creencias, costumbres o situaciones comunes en la vida que comparte cierta población, que los hacen diferenciarse de las demás comunidades a su alrededor, que le dan ese valor agregado y diferenciador en frente de cualquier otro grupo de personas, que si bien pueden poseer elementos comunes, no son iguales, y los aspectos diferenciadores son aquellos que generan esa singularidad en cada uno de los lugares alrededor de todo el mundo, es decir que se mueven en el mismo contexto, entendiendo este como tiempo y espacio; esto parafraseando es una apreciación que se puede generar a partir de los estudios que Juan Diego Santamaría implementa en su tesis sobre las estéticas de consumo y la cultura material, para dar una breve definición de este concepto.

Y es que la cultura material es un factor determinante para estudiar una serie de comportamientos que giran alrededor de los rituales del día a día de una población determinada; con el estudio de las costumbres, objetos y valores de las poblaciones se puede llegar a la idea de cómo se vivió en cierta época determinada en dicho lugar, de las tradiciones que están o estaban presentes, de la interacción entre las personas, y del legado

³ El imaginario colectivo según Edgar Morín constituye todo el conjunto de mitos formas, símbolos, tipos motivos o figuras que existen en una sociedad en un momento dado (Morin, 1960)



Universidad de Caldas



Doctorado en
DISEÑO
+ Creación

maestría en
diseño
+ creación interactiva



**FESTIVAL
INTERNACIONAL DE LA
IMAGEN**

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN
9-13 mayo / may 2016
Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia
www.festivaldelaimagen.com

cultural que se preserva o que se va creando con el paso de los años, con el cual comienzan a quedarse elementos característicos de dicha comunidad. Es así como surgen expresiones orales, costumbres a la hora de comer o la llamada “mesa servida”, formas de interactuar con los demás miembros de dicha sociedad y una cantidad inimaginable de factores que le dan a esa comunidad diferenciadores determinantes para romper esquemas, y sobresalir por encima de otras.

Tanto los conceptos de cultura material como el de imaginario colectivo pueden sumarse para poder analizar una particularidad muy marcada en la cultura antioqueña, que a lo largo de la historia ha sido no solo una característica del pueblo, sino una solución a un sinnúmero de problemas o situaciones de la vida cotidiana tan simples que van desde una gripa o tan complejos como la búsqueda del amor ideal; y es ahí cuando nos referimos a todos aquellos ungüentos, yerbas, pócimas, bebidas, brebajes, baños, riegos, amarres, lociones, menjurjes y miles de objetos esotéricos que no solo cumplen una función “mística” para el usuario, sino también toda una serie de creencias y apreciaciones de la cultura moderna. Y es que estas prácticas son realizadas desde cientos de años atrás, pero que en la región de Antioquia y sus alrededores ha demostrado tener un gran peso en todos sus pobladores; el porqué de esta devoción no es muy claro, y se podría remontar hasta las más antiguas raíces indígenas de los primeros pobladores de las Américas o en los calabozos y mazmorras más oscuras de la Europa medieval, pero lo que sí está muy claro es todo el imaginario y relación que se teje a lo largo de este tema en la región, que aun siendo muy devotos y fervientemente católicos la mayoría de sus habitantes, se inclinan por tomar estas “ayudas mágicas” para llevar una vida más fácil.

No es raro encontrarse con cualquier casa antioqueña que en su acceso tenga en la puerta una imagen religiosa acompañada de algunas hojas de Sábila para alejar las envidias o las malas energías o una herradura de la buena suerte para traer prosperidad al hogar; y esa es la misma casa donde Doña María se toma un acetaminofén acompañado con una bebida de verbena para curar el dolor de cabeza. Cualquiera que no sea de la región podría preguntarse como este sincretismo de creencias pueda funcionar para una persona del común y corriente, y es ahí donde se dispone a realizarse un análisis de estos objetos que han adoptado este título de esotéricos, con dotes sagrados y mágicos para aquellos que depositan una fe irracional en ellos.

Es ahí donde se dispondrá a realizar una interpretación clara de cómo funciona el acercamiento del usuario al producto esotérico, donde hay varios factores que influyen, tanto el contexto como su necesidad explícita, pero al final, dicha relación de necesidad y futura solución que había presentado el usuario se ve resuelta temporalmente por un punto de distribución y un vendedor, que hace a su vez tanto de transmisor del conocimiento como de mediador para aconsejar sobre el correcto uso del objeto adquirido. Aquí se puede apreciar como se pasa directamente del problema o necesidad a la solución; el cliente necesita curar algún mal, este se dirige a la tienda, pide una guía y tendrá una solución paulatina o temporal a su padecimiento. En esta dinámica los productores de objetos y los vendedores de los mismos, se valen de estrategias publicitarias para



Universidad de Caldas



Doctorado en
DISEÑO
+ Creación

maestría en
diseño
+ creación interactiva



FESTIVAL
INTERNACIONAL DE LA
IMAGEN

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN
9-13 mayo / may 2016

Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia
www.festivaldelaimagen.com

generar ese sentimiento al usuario de que ellos o sus productos pueden “sanar su dolor y alejar todas las malas energías”.

Estos objetos que no poseen una mayor formulación científica en su fabricación se han convertido en elementos esenciales en las casas de muchos de los habitantes de Antioquia, y es que no sólo las yerbas son necesarias para curar o ayudar a las distintas complicaciones que sufren las personas, sino que los riegos, jabones y ungüentos se han transformado en elementos de la canasta familiar de muchas amas de casa, de trabajadores, y hasta de altos ejecutivos, que cortan y guardan en sus maletines pedazos de ruda para evitar los malos augurios en los negocios. El misticismo se ha convertido en un bien de consumo; aquella acción mágica que sólo algunos pocos conocedores de las “ciencias ocultas” como por ejemplo los yerbateros, rezanderos, chamanes y culebreros que realizaban hace varios años, ya se ha vuelto tan comercial que hasta la persona más inocente y poco conocedora del tema puede realizar un riego en su casa de la manera más profesional. La magia ha sido embotellada y puesta a la venta.

Pues bien, para poder hacer un correcto análisis del significado y la significación que se le atribuye a estos objetos podemos identificar algunos aspectos puntuales que otros investigadores han implementado en los análisis de otros productos; para esto se buscará generar un paralelo tanto de los procesos de diseño y creación como de las afinidades y necesidades de los consumidores de dichos productos, no sólo interpretando una metodología o proceso de diseño, sino también todo el componente de consumo, pero desde un enfoque menos académico, más centrado en los habitantes reales que consumen dichos productos: las señoras de los barrios, los tenderos, aquellos empresarios populares y todas esa gama de personajes que ven esto como una salida real a sus problemas. Los factores que tendremos en presentes para el análisis son:

- Relación usuario/producto (Prácticas de Consumo y Relación Cultural)
- Estética (Análisis estético formal)
- Estructura (Etiqueta y Packaging)

Así que para hacer un correcto análisis y romper ese significado preestablecido con el que vienen los objetos desde su nacimiento, porque como dice Baudrillard en su libro el sistema de los objetos, “*los objetos tienen un significado y función, hasta que el hombre los libera de ellos en el mismo espacio*”, de esta forma se va a entrar a mirar cada uno de los aspectos anteriores de manera individual, para así poder generar una serie de ideas que puedan ayudar a entender más fácilmente como es la interacción de la comunidad antioqueña con dichos objetos. Por lo tanto se plantearán algunos conceptos generales de lo que representan o buscan representar, realizando un análisis más profundo en el significado que se les ha atribuido, pues entre un jabón de baño y uno de estos jabones especiales no hay mucha diferencia en su composición, pero abismo entre el significado que cada uno posee.



Universidad de Caldas



Doctorado en
DISEÑO
+ Creación

maestría en
diseño
+ creación interactiva



FESTIVAL
INTERNACIONAL DE LA
IMAGEN

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN
9-13 mayo / may 2016
Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia
www.festivaldelaimagen.com

Relación Usuario/Producto:

“A través del símbolo y desde tiempos inmemorables, el hombre le otorga propiedades psíquicas a las cosas. Así el diseño se torna en tótem o fetiche, y se reviste de un misticismo que lo emparenta con lo primitivo y lo amarra al concepto de pensamiento mágico”, y es que esta apreciación que Fernando Rojo en su libro sobre el arte y como este se vuelve un fetiche en la contemporaneidad se ve reflejada claramente en la visión antioqueña, *“Nosotros le vendemos el producto, ustedes le ponen la fe”* con esta frase un vendedor hace referencia a sus productos esotéricos en una tienda del barrio Santa Cruz de Medellín; y no hay mejor explicación que esa, pues el comprador es el encargado de darle ese nivel de magia y misticismo a aquella loción o ungüento, que aunque esté preparado con alcohol, colorantes y alguna esencia floral, dicho hombre o mujer se unirá con ella con la más fiel devoción, esperando conseguir el trabajo, conquistar a su enamorado o enamorada y hasta porque no, deshacerse de esa “sal⁴” que lo ha estado atormentando por un largo tiempo.

Y la razón por la cual dicho comprador toma con tanta veracidad el poder de este producto es debido a una razón propiamente cultural, pues la comunidad antioqueña aún tiene memoria de sus ancestros indígenas. Y es que esta devoción por las plantas, y el poder de la naturaleza ha tomado mucha fuerza desde los siglos pasados, llegando al nivel que especialidades médicas tomen como primer paso para tratar enfermedades productos naturales u orgánicos; y hasta grupos enteros de personas se dedican a estudiar los beneficios que traen la implementación de las plantas en la solución de afecciones a la salud de las personas, ejemplo de esto son las medicinas alternativas y los bioenergéticos.

Todos los usuarios de estos productos son estudiados con anterioridad a la hora de la comercialización y distribución a gran escala, pues bien así como es muy normal en un barrio popular encontrar estas tiendas que se autodenominan naturistas, con rastrojos de yerbas, con imágenes de santos, con figuras de Buda, con velas, velones y con muchas cajas coloridas en su entrada, en los barrios más exclusivos o de un estrato más alto, estas tiendas adquieren una connotación donde se sale el esquema de “brujería” en su lugar de venta para así obtener un mayor agrado, y no romper con la estética visual del lugar.

De la misma manera como se genera el espacio (vitrinas o estanterías) donde se distribuyen estos productos esotéricos, es la misma aceptación, porque aunque es una práctica muy común en esta comunidad, se puede apreciar como en los sectores más alejados del casco urbano toma mayor fuerza, no sólo hablando

⁴ Sal: significado connotativo dado en muchas regiones de Colombia para hacer referencia a la mala suerte que tiene una persona en los distintos aspectos de su vida.



Universidad de Caldas



Doctorado en
DISEÑO
+ Creación

maestría en
diseño
+ creación interactiva



FESTIVAL
INTERNACIONAL DE LA
IMAGEN

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN
9-13 mayo / may 2016

Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia
www.festivaldelaimagen.com

en términos de consumo en los compradores, sino también en los espacios y en la diversidad de productos y servicios que se ofrecen, comparar un puesto esotérico en un barrio popular con uno de los puestos de la plaza minorista de la ciudad es un error garrafal. La oferta y la demanda juega un papel fundamental en este caso, los consumidores a nivel de la tienda de barrio son más pocos y sólo buscan una salida rápida, mientras aquellos que se dirigen a un puesto mucho mayor, y con una gran oferta tanto de productos y servicios, van a resolver asuntos de un nivel de complejidad más alto.

Estética:

Hablar de estética es adentrarse en un mundo filosófico que ha permitido redimir el mundo objetual, que aunque va mucho más allá del alcance de diversas teorías y más concretamente de estéticas expandidas; pero bien, eso mismo sucede con esta serie de productos, pues debido a los factores culturales y sociales que habitan la región antioqueña podemos ver como la comunidad puede calificar estos objetos de una manera muy clara y con ciertas expresiones que se vuelven comunes entre los distribuidores de dichos productos; “son feos”, “son raros”, “¿eso para qué es?”, “¿vos crees en esas cosas?” y un sinfín de frases como estas son escuchadas repetitivamente en estas tiendas, demostrando así que la teorización y la creencia popular no siempre van de la mano.

Pues bien, las apreciaciones estéticas que manejan este tipo objetos pueden ser catalogadas dentro de lo grotesco, lo feo e inclusive lo abyecto; pues el vínculo o relación que buscan generar para con el usuario es una sensación de romper en cierto grado varios elementos moralistas que se han formado en la persona, pues es complejo para una persona devota o de firmes creencias religiosas recurrir a estos “artilugios” que le permiten resolver esos pequeños inconvenientes de su vida, estos son choques visuales que buscan como en efecto lo consiguen de manera inmediata.

Y en esas mismas tiendas se ve la ironía de un empaque con una mujer totalmente desnuda, en una posición sugestiva al lado de la virgen de Guadalupe, representación del pecado al lado de la imagen de la santidad, o una caja con la ilustración de un santo que adentro viene con un “dólar de la fortuna”, haciendo una relación sarcástica entre un santo humilde y sin necesidades mundanas pero que trae el símbolo más grande del capitalismo, o un jabón que se llama “arrasa con todo” que tiene el dibujo de un huracán, pero de color rojo, lo que evoca amor, pasión, pero acompañado de devastación; o simplemente la famosa “garrapata”, que literalmente trae uno de estos insectos más que disecado, adherido con un pedazo de cinta en una de sus tapas, como se puede apreciar en la figura 1.



Universidad de Caldas



Doctorado en
DISEÑO
+ Creación

maestría en
diseño
+ creación interactiva



FESTIVAL
INTERNACIONAL DE LA
IMAGEN

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN
9-13 mayo / may 2016

Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia
www.festivaldelaimagen.com



Figura 1 A, B, C, D. Son ejemplos de productos ofrecidos comúnmente en las tiendas de objetos esotéricos. Barrio Santa Cruz, de la ciudad de Medellín.

Hablar sólo de su estética y no hacer una pausa para observar el contenido de estos productos sería un grave error, pues no sólo el exterior nos brinda información; en este caso, las lociones, los ungüentos o los jabones que estos productos nos ofrecen son factores determinantes para hacer un análisis estético apropiado, pues con dicho producto es que se crea la relación directa del usuario, allí está la verdadera interacción, y es en ese momento en donde surgen las sensaciones y emociones que logran concretar el vínculo del usuario con este elemento, acá vuelve a entrar básicamente la relación de uso.

El juego que estos objetos proponen en la mente de sus compradores no sólo es la intención de mostrarse como profanos o atacando la religión, por el contrario, intentan generar un contraste entre lo divino y lo profano, de esa pequeña línea ética que está dividiendo ambos espectros de la vida, y que estos productos como mediadores se encuentran entre estos dos mundos, manteniendo un balance y guardando un poder y significado. La interpretación que se les da, no debe ser tomada desde un aspecto muy crítico, sino más bien analítico, realizar una apreciación personal a toda la composición visual.

El diseñador o aquel encargado de hacer la composición visual, busca desarrollar todo un concepto muy bien definido, que al final cuando queda estructurado totalmente da la apariencia de tener un estilo muy *camp*⁵ para la sociedad que lo consume; que aunque tiene ciertos toques excesivos en algunos casos, logra proyectar de manera correcta un mensaje que está más bien en el aspecto denotativo que en el connotativo, pues el

⁵ Camp hace referencia a una sensibilidad estética que maneja una línea de ironía y sarcasmo, en donde se perciben de manera natural objetos o características de mal gusto en la comunidad.



Universidad de Caldas



Doctorado en
DISEÑO
+ Creación

maestría en
diseño
+ creación interactiva



FESTIVAL
INTERNACIONAL DE LA
IMAGEN

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN
9-13 mayo / may 2016

Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia
www.festivaldelaimagen.com

significado no está precisamente tan literal, sino que hay que realizar un análisis por separado y luego en conjunto de todos los componentes del área visual.

Lo que se busca con toda la parte gráfica, es finalmente llamar la atención del comprador, y mostrar un objeto diferente que logre cautivarlo de una manera directa, que sus imágenes aunque sean o nos parezcan grotescas, bizarras o macabras, generen ese deseo o esa curiosidad objetual que suelen producir todas esas cosas de las cuales no se tiene mucho conocimiento pero que a la final logran capturar una parte importante no sólo de la atención sino de la esencia de cada comprador; a la final esto lo podemos definir como un morbo visual.

Estructura: Packaging y Etiqueta

Cajas, botellas, recipientes, envolturas y etiquetas son los guardianes de dichos elementos mágicos, y son los encargados tanto de protegerlos como de ser el primer contacto con los consumidores, pues bien, todo el diseño de Packaging está centrado en generar una atracción llamativa con los usuarios, buscando atraer a los compradores al uso de estos elementos mágicos, que serán los encargados de ayudar a solucionar sus problemas.

La labor del diseñador o el diseño vernáculo (aquel en el cual no hay academia) cumple una misión fundamental en este proceso, debido a que él es el encargado de generar la correcta configuración de formas, colores y elementos que al ser dispuestos de manera correcta ayudan en gran parte al poder tradicional que tienen estos elementos para acercarse de una manera más fácil la atención de los consumidores; ya que al igual que un artefacto decorativo que se presenta en un empaque llamativo, o con una publicidad muy bien realizada logra captar la atención de cientos de compradores, pasa lo mismo con los objetos esotéricos, pues mientras más sombríos, misteriosos y originales se presenten, más acogida tendrán.

Todas estas formas, tamaños, colores, texturas y un sinfín de componentes estético formales son aquellos elementos encargados de apoyar el momento de la compra, pues son estos los que cumplen la misión de llamar la atención del usuario, animarlo y generar mucha más curiosidad en interactuar y conocer la verdadera función que estos pueden generar. Con la creación y fabricación de estos objetos, se genera una red de estructuras en donde cada uno de los colaboradores y gestores tiene una función irremplazable, ya que hacer que un elemento etéreo se vuelva tangible, y que esté a las manos de los usuarios, es un proceso casi que surreal; transformar las creencias y el poder de la mente de la comunidad en una pasta de jabón o un jarabe, es un proceso de diseño único en todo aspecto, y que va más allá de cualquier metodología o proceso proyectual.



Universidad de Caldas



Doctorado en
DISEÑO
+ Creación

maestría en
diseño
+ creación interactiva



FESTIVAL
INTERNACIONAL DE LA
IMAGEN

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN
9-13 mayo / may 2016

Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia
www.festivaldelaimagen.com

Y es que si se toman estos tres principios para desarrollar un análisis de aquello que buscan transmitir estos objetos “mágicos” nos podemos enfrentar a muchas variables, ya que no hay un punto inicial por el cual deben estudiarse; está claro que se debe buscar entablar y consultar la relación que hay entre las dos partes; donde el usuario que actúa como receptor recibe el mensaje enviado por dicho objeto, si este fuese un análisis enfocado desde la semiótica tradicional sería la forma más correcta de desarrollarlo, pero acá se encuentra un factor que diversifica totalmente la estructura de la transmisión del conocimiento, y es el contexto “paisa”, ya que se debe entender que este fenómeno es atribuible al pensamiento mágico, y no es más que una nueva postura ontológica.

Los “paisas”, como se estableció al principio del texto son un punto totalmente aparte en la cultura de Colombia; sus expresiones, costumbres, relación con los demás, agüeros y todo el sinfín de elementos que los hacen únicos también es un factor diferenciador y hace que la relación que ellos establecen con estos productos no sea sólo esa fe irracional que rompe paredes morales o hasta religiosas, sino que este misticismo podría ser considerado casi como una religión, donde sin importar el fervoroso compromiso católico que tengan con la iglesia, también se refugian y consuelan, en estos elementos que por más de un sacerdote serían considerados como brujería o hasta satanismo, algo totalmente inédito en una religión que basa sus creencias en el poder del agua bendita y la representación.

En Antioquia a lo largo de toda su historia se ha visto como la magia, y esos elementos esotéricos tienen una función predominante en las historias que se narran a lo largo de todo el departamento. Las famosas brujas de Segovia, Germán Castro Caycedo y su queridísima Amanda Mora en Fredonia, los grupos de la tercera edad de Etnobotánica en San Vicente, los cientos de sitios de consulta y lectura del Tarot en Medellín y hasta incluso Juanes y su “Yerbatero”. Todos estos se han convertido casi que en iconos que demuestran que las supersticiones logran tomar tanto poder en una comunidad, que se vuelven tan comunes y domésticas como desayunar o salir a tomar una cerveza con los amigos. El nivel de importancia y de fe se lo comienza a dar cada uno de los usuarios, de los conocedores, de los desconocedores y de todos aquellos que directa o indirectamente se ven influenciados por los poderes sobrenaturales de estos objetos y los ritos que los acompañan.

Pero al final, todo el misticismo y poder se ve reflejado en el tipo de fe que se les manifieste, debido a que ningún brebaje o ungüento va a ser capaz de atraer al amor verdadero o de proveerle un gran fortuna a alguien; todo es un juego psicológico a través del pensamiento mágico en el cual, el usuario al tener una fuerte concepción del significado y el sentido que le es transmitido empieza a generar acciones positivas mentales hacia dicho objetivo, y así con una mentalidad conducida o enfocada logrará cumplir parcial o totalmente la meta que se había trazado; y es así como el diseñador se encarga de tejer una red tanto visual como objetual



Universidad de Caldas



Doctorado en
DISEÑO
+ Creación

maestría en
diseño
+ creación interactiva



FESTIVAL
INTERNACIONAL DE LA
IMAGEN

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN
9-13 mayo / may 2016
Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia
www.festivaldelaimagen.com

en donde cada interacción es una conexión que se creará en el futuro con dicho consumidor, que muchas veces aunque el diseñador prevea un amplio espectro de lo que pasará con sus productos, a veces es inimaginable la relación y significación que dicho objeto tendrá en la vida de su consumidor, generando un cambio total a la manera de relacionarse no sólo con dicho objeto, sino con todo su contexto.

Es así como se puede concluir que el esoterismo y la medicina popular cumplen una misión cultural, al mantener vigente elementos ancestrales en la comunidad “paisa”, tratando de preservar ante el golpe inminente de la contemporaneidad aspectos tan mundanos como la creencia y el poder místico de la naturaleza.

Por otra parte, desde el punto de vista estético, se puede entender que en el análisis y la transmisión que buscan generar estos objetos es un aspecto muy complejo de comprender, pues es necesario que exista una formación especializada en el estudio de la semiótica, en áreas de la comunicación o el diseño para poder generar una idea acertada del como la disposición visual de los elementos en la composición generada busca emitir un mensaje.

La organización y estructura de estos elementos aunque se percibe sobrecargada con una tendencia marcada hacia el estilo barroco, posee una distribución equilibrada sin excesos, por el contrario, los pesos visuales son pensados y balanceados, y el mensaje aunque es complejo de entender, está implícito de una manera muy literal; y para los usuarios que no logran comprender el significado que estos objetos tratan de vender, cumple al cien por ciento la función de atracción, al generar un deleite o morbo visual como se había planteado con anterioridad.

Para finalizar es necesario destacar que todos estos principios de esoterismo y medicina popular, son un componente esencial en la llamada cultura “paisa”, ya que es necesario que en cada comunidad existan creencias o tradiciones que ayuden a dar razón a las actividades que se realicen, y que aunque muchas funcionen esencialmente como materialización del pensamiento mágico colectivo, es razonable, que con el pasar de los años se generen estas interpretaciones, de cómo la vida puede ser complementada y apoyada desde una cantidad inimaginable de puntos de vista, que muchas veces con ayuda de diseñadores, tanto formados en la academia como a nivel empírico logran hacer que los aspectos tan triviales de la vida alcancen una importancia enorme para una sociedad, sin importar razas, sexo, religión o ideología política; así es como la sociedad conecta un sinnúmero de elementos que generan ese misterioso y gran universo llamado cultura y específicamente cultura material.



Universidad de Caldas



Doctorado en
DISEÑO
+ Creación

maestría en
diseño
+ creación interactiva



**FESTIVAL
INTERNACIONAL DE LA
IMAGEN**

15 FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA IMAGEN
9-13 mayo / may 2016
Diseño + Arte + Ciencia + Tecnología

Manizales - Colombia
www.festivaldelaimagen.com

Bibliografía

Bellver, E. (15 de Julio de 2011). Pensamiento Mágico. Obtenido de De Psicología: <http://depsicologia.com/pensamiento-magico/>

Betancurt, F. A. (2009). La Obra de Arte como Fetiche Contemporáneo. Medellín: Editorial ITM

Cardozo, E. C. (23 de Mayo de 2012). Apropiaciones de la Gráfica Popular Urbana. Obtenido de Universidad de Boyacá: <http://revistasdigitales.uniboyaca.edu.co/index.php/designia/article/view/32>

Gaviria, P. (Diciembre de 2013). Universo Centro. Obtenido de Universo Centro: <http://www.universocentro.com/NUMERO51/Encuestaspaisas.aspx>

López, J. O. (2006). Folclor, costumbres y tradiciones colombianas. Bogotá: plaza y janes editores colombia s.a.

Lozada, J. I. (2007). Imaginarios Magias y Mitos: Análisis de los productos Esotéricos Bogotanos. Bogotá: Fundación Universitaria Los Libertadores.

Morin, E. (1960). Universidad Complutense de Madrid. Obtenido de Universidad Complutense de Madrid: http://pendientedemigracion.ucm.es/info/per3/nueva_web_eva/material_para_descargar/morin.pdf

Osorio, J. V. (18 de Octubre de 2013). Imaginarios en Productos Mágico/Esotéricos: el Objeto Mágico, la Prótesis y el Sincretismo Mediático. Bogotá, Antioquia, Colombia.

Panofsky, E. (1998). Estudios Sobre Iconología. Madrid: Alianza Universidad.

Pinto, V. R. (2014). Análisis socio-cultural de las prácticas esotéricas realizadas por las tarotistas y chifleras en el sector del mercado "la Pampa" de la ciudad de Cochabamba. Con-Sciencias Sociales, 10.

Santamaría, J. D. (2006). Estéticas del Consumo. Estéticas del Consumo Configuraciones de la Cultura Material. Medellín, Antioquia, Colombia.

Biografía del Autor

Estudiante de Quinto semestre del programa de Diseño Industrial del Instituto Tecnológico Metropolitano, técnico en Diseño e Integración de la Multimedia del SENA; estudiante activo y perteneciente al semillero de investigación "OBJETUAL", en la línea de investigación en cultura material y relaciones del usuario con el objeto, su uso, significado e importancia. Caracterizado por su excelente desempeño en trabajo en equipo y su compromiso y dedicación por la realización de manera correcta y oportuna de cada proyecto.

Ganador en el año 2014 del primer lugar en el evento de diseño institucional del ITM "Creativa", por la "Mejor Conceptualización de diseño", y ganador a nivel local del Segundo Rally de Innovación latinoamericano realizado en el 2015 en la línea de "Impacto Social". Participante y organizador de diferentes talleres de formación complementario, entre ellos el taller con sentido social de "Diseño de Juguetes" enfocado en comunidades vulnerables.

http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001622805



Universidad de Caldas



Doctorado en
DISEÑO
+ Creación

maestría en
diseño
+ creación interactiva