El carácter mágico de la letra M

Por Edgardo Werbin Brener

Una singular interpretación sobre la capacidad de la inicial de las marcas para potenciar su mensaje en el público.

McDonald's-Macintosh-Maclaren-Mafalda-Maggi-Magnum-Makro

Nacemos del misterio trascendente e inmediatamente la sociedad empieza a poner sus marcas sobre nosotros. El ser humano es un animal inserto en tramas de significación, y la cultura es esa urdimbre, ese conjunto de enlaces que constituyen el horizonte de significados a partir del cual nos movemos y existimos. La cultura es el entramado de estructuras significativas (sistemas simbólicos y sígnicos, lenguaje, modos de significado y de interpretación, instituciones...) de un mundo de la vida. En este contexto, la marca depende de la vida simbólica y cultural de los hombres. La marca es un motor simbólico. Su combustible está integrado por elementos tan dispares como nombres, letras, imágenes, íconos, colores, sonidos, conceptos, olores, gustos, texturas, objetos, sueños, deseos, espacios, vacíos. El resultado, si se ha hecho funcionar el motor adecuadamente, es un mundo ordenado, estructurado, interpretable y, en cierto sentido, atractivo.

Mango-Mantecol-Mapfre-Maserati-Massalin Particulares-Marlboro

Los nombres de las marcas son una de las claves fundamentales para su inserción en el mercado y la economía. El nombre genera dentro de esta selva de nominalidades, palabras que identifican, diferencian, representan y «marcan el devenir» del producto. Los nombres están constituidos, como elemento nuclear y medular, por letras. Desde la visión de la simbología, estas funcionan como un código genético, donde cada una de ellas representa una porción de ADN. Su origen, ordenamiento, morfología y significado, contribuye a que el todo de dicho nombre cobre sentido en dimensiones que no son sencillas de reconocer a simple vista pero son el basamento desde donde se despliega toda su universalidad. La letra capital de un nombre es la que abre con su potencia de ser el camino de significados visible e inicia una cadena de sentidos que finalmente impactan en el lector, en este caso el consumidor. En este sentido, la letra M es una de las letras más ricas en interpretaciones y significados. Es la letra inicial de marcas arquetípicas en su categorías las que nos servirán de ejemplificación para sostener que la letra de apertura es fundamental para potenciar y disparar el mensaje profundo y pertinente de una marca.

Master-Mastercard-Matarazzo-Matrix-M&M-Mazda-Megane-Mercedes

Los orígenes de la letra M nos remontan al año 1000 años aC. Fenicios y otros semitas de Siria y Palestina comenzaron a utilizar el signo gráfico presumiblemente originado en el arcaico jeroglifo de las aguas. Le dieron el nombre semítico de MEM . Luego del 900 aC, los griegos tomaron el signo de los fenicios y modificaron su forma y cambiaron su nombre a MU. De los griegos, vía los etruscos pasó al alfabeto romano desarrollando la forma latina que actualmente conocemos.

Metro-Metrogas- Metropolis-Metrovías-Mexicana-MGM-Michelin

La letra MEM, «madre de la M», es una letra mística y mágica. Símbolo de la materia, la tierra, la medida, la madurez y lo manifestado, también representa arquetipos asociados con la meditación, la racionalidad, las proporciones, la estructura, el desarrollo en el tiempo-espacio y el orden. Es potencia receptiva, plástica, formadora, energía de la emanación: es la

unión entre el hombre y la mujer. Los antiguos hebreos la relacionaron con el número 40 que se asocia a momentos claves de la evolución simbólica y antropológica del hombre: 40 días pasó Moisés en el Sinaí antes de recibir las tablas de la ley; 40 años deambuló en el desierto el pueblo de Israel; 40 días se ayuna en las diferentes tradiciones antes del nacimiento de las luminarias; 40 semanas de gestación tiene el feto en el vientre de su madre; 40 o cuarentena es el tiempo de tribulación preparatorio para acceder a otra dimensión de la experiencia. Entre los arios y los semitas, la M ha comenzado siempre las palabras relacionadas con el agua y con el nacimiento de los seres y los mundos (Mantras, Manou, Maya, Madhava, Mahat). En este sentido, la simbólica de las aguas, expresión primordial del significado de la letra M, nos remite al océano primordial, la protomateria, el elemento que sustenta la vida, que circula a través de toda la naturaleza en forma de lluvia, savia, leche, sangre. Ilimitadas e inmortales, las aguas son el principio de todas las cosas de la tierra. Por ello se le atribuye entre otras significaciones simbólicas, la de ser fuente de vida, medio de purificación y centro de regeneración, símbolo universal de fecundidad y fertilidad.

Mitsubishi-Mobil-Moet&Chandon-Molico-Molinos-Molykote-Momo

La estructura morfológica de esta letra madre remeda a la cresta de las olas, una flecha, picos de montaña, la profundidad del valle, el arco, una corona de tres puntas. Ya en una aproximación más cercana a la modernidad, la letra M es la decimoquinta letra del alfabeto español, decimotercera del orden latino internacional y es la duodécima consonante. Su nombre es femenino: la eme, y su plural, emes. Como letra numeral, tiene valor de mil en la numeración romana. Se articula de manera sonora, bilabial, oclusiva, nasal y consonántica. En el Sistema Internacional de Unidades, m es símbolo de la unidad de longitud metro. En física la m es la masa y el momento, en química el metal y lo molar. Como prefijo m (mili) representa la cantidad del milésimo y M (mega) representa la cantidad del millón. M es también el jefe ficticio del MI6 en las novelas y películas de James Bond. M es parte del código de algunas armas: M3, M4A1, M249, M60. M es el número messier con el que se nombran algunas galaxias.

Mickey Mouse-Microsoft-Milenium-Milka- Mimo-Minerva-Mini Cooper

Hay una coincidencia notable que se extiende a través de muchos idiomas de origen diverso, indicando que las palabras que designan a la madre, con una frecuencia que desafía las leyes de probabilidad, presentan una M. En lenguas remotas dentro del grupo indoeuropeo, como el hitita, el nombre de la diosa madre era mamma. Pero debemos pensar que la tendencia va más allá del indoeuropeo y se remonta probablemente a una lengua madre originaria. Em y Ab, en hebreo, significan respectivamente madre y padre. Paralelamente, encontramos muchi y fuchi en chino; en quechua, madre se dice ma; en tupí- guaraní, amotá es amar, desear, amotó, pariente, y amú, hermana. La letra M, con sus formas arqueadas y voluptuosas, siendo la letra que da comienzo a la palabra Mamá en casi todas las lenguas conocidas, remite en primera instancia, a la abundancia láctea y alimentaria de los senos maternos primordiales. El gesto de adelantar los labios para producir esta sonorante nasal se asocia sin dificultades con el acercamiento de la boca del niño al pezón materno. Las primeras expresiones verbales del infante tienen su origen en el acto de succión, su primera actividad

voluntaria. En ausencia de la madre, la tentativa de succión produce los sonidos mô-mô. Estos sonidos se ligan luego al acto de chupar y proporcionan, por lo tanto, al prefigurarlo, un cierto placer.

Mínimax-Minolta-Mirage-Miramax-Mirinda-Mistral-Misty-Mitre

En un segundo estadio, se da la fase mágica, cuyo principio reposa en la semejanza de la acción llevada a cabo con el evento cuya realización se desea, ya que, mediante la secuencia mô-mô, el infante es capaz de evocar el objeto mágico, porque su llamado puede ocasionar la presencia materna. Originariamente, dicen algunos investigadores, todo deseo se satisface de modo alucinatorio. El mundo mágico presupone el poder ejercer una influencia sobre el mundo exterior. En él, la palabra puede remplazar una acción, porque en el mundo primitivo la palabra era una acción. Aquí es donde, crucialmente, se constituye la relación objetiva entre la palabra y su significado: cuando a mô-mô corresponde la presencia de la madre.

Mondeo-Monsanto-Mont Blanc- Motorola-Movistar- Morgan

Para concretar en ejemplos podemos mencionar dos casos destacados donde la letra M es protagonista clave de la comunicación de la marca. Una de ellas es McDonald's. La marca de los arcos dorados logra una síntesis simbólica pura a través de la letra M en representación del nombre completo de la marca. Aquí radica la fortaleza que toda marca desea: la generación del un icono-símbolo que genere la percepción de sus valores totales en el menor espacio y tiempo posibles. La letra M de Mc'Donalds, con sus formas arqueadas y voluptuosas, siendo la letra que da comienzo a la palabra mamá en casi todas las lenguas conocidas y sumando una relación connotativa potente con la alimentación, cobra una sinergia de expansión exponencial en la comunicación de un producto que es alimento.

Moulinex-Mountain Bike-Movie City-Mozilla-Mp3-MSD-MTV

Otro ejemplo. Una de las marcas más paradigmáticas de la posmodernidad es Movistar. La M que la identifica es una verdadera síntesis de las cosmovisiones del fin milenarismo y comienzos del siglo XXI inmerso en la confusión y el caos, en pleno activismo del yoismo en todas sus variantes. Su forma voluptuosa y sinusoidal nos remite al mix del gusano y el coloide. Sin ser despectivos con la figura del noble nematodo, prima la connotación de lo informe, de aquello que se arrastra y deambula a ciegas por las profundidades de la tierra. A su vez, lo coloidal, es pegasoso, adherente e híbrido, siendo la mejor secuela de lo ambiguo y lo indefinido. Incorporando la potencia proteiforme y multisémica de la letra M, cumple plenamente sus objetivos de marketing y comunicación para el producto que más vende: la comunicación se instala como uno de los grandes negocios del siglo. No importa lo que se comunica, lo relevante es hacerlo. Movistar y su M coloidal y gelatinosa impregnan con su forma informe todos los aspectos del cotidiano de los mortales. El imperativo es «blablar», con neoléxicos que empobrecen y descalcifican las ya vituperadas lenguas de todo el planeta.

Mumú-Munchy's-Much Music-Multicanal-Musimundo-Mustang

En síntesis: cuando se logra coherencia y resonancia entre los planos simbólicos de representación del producto, marca y su comunicación, y se generan condiciones perceptivas donde el símbolo de la letra capital –en estos ejemplos la mágica letra M– es pregnante, memorable y transcultural, se ponen en acción los mitos y arquetipos matrices que presentifican con gran potencia los verbos primarios de la vida, dando lugar a la función primordial de lo simbólico: generar el estímulo preciso que oriente al hombre en el sentido de la vida y le brinde posibilidades de elaborar, aunque ilusorias, estrategias de inmortalidad, libertad y eternidad.

Publicado el 12/01/2011

Investigación: Prof. María Fabiana Martinelli Celi

FOROALFA

ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/el-caracter-magico-de-la-letra-m

---