

MT_INFO_MARCAS

La marca publicitaria_1

Textos de apoyo para comentar las imágenes proyectadas (MT_PROY_MARCAS)

La lechera (c. 1658)
de Johannes Vermeer



Esta obra, expuesta en el Rijksmuseum de Amsterdam, representa una escena de interior protagonizada por una figura **femenina**, sobre la que se ha especulado que pudiera ser una criada que servía en casa de la familia del pintor. La mujer aparece vertiendo leche de una jarra en un cuenco de barro, en medio de un interior sobrio y austero. Todos los elementos que se encuentran sobre la mesa –junto al gesto tranquilo de la protagonista– ayudan a crear una ambiente cálido y **hogareño**. La luz dorada que entra por la ventana y la propia vestimenta de la mujer contribuyen igualmente a la generación de esta sensación de calma.

Probablemente sea esta última la razón por la que la marca **Nestlé** eligió esta obra para publicitar sus productos, para que el comprador los asociara a estas sensaciones que acabamos de describir y que parecen emanar de la imagen; para que fueran percibidos por el consumidor como productos **artesanales** y caseros elaborados con tiempo y dedicación (frente a la rapidez y a la elaboración en serie con los que suele vincularse la producción industrial). El eslogan –“El auténtico sabor de lo bueno”– alude también a estas cualidades con las que la marca persigue ser relacionada.

**El buen pastor (c. 1660)
de Murillo**



Esta obra realizada por el pintor sevillano Bartolomé Esteban Murillo, que perteneció a la escuela española del Barroco, forma parte de la colección permanente del Museo del Prado de Madrid. En ella aparece representado el Niño Jesús de manera **amable** como el buen pastor que cuida y vela por sus ovejas. Esta actitud de amor y **cuidado** es la que utilizó Norit, una marca de suavizante para la ropa, para publicitar su producto, sustituyendo el borreguillo del cuadro original por el que forma parte de la imagen de su marca.

**Las meninas (1656)
de Velázquez**



También conocida como *La familia de Felipe IV*, esta pintura es considerada la obra maestra de Diego de Velázquez. La protagoniza la infanta Margarita de Austria, que aparece rodeada por sus sirvientes, las conocidas como “meninas”. También están representados dos enanos y el propio Velázquez, que se **autorretrató** formando parte de la escena que él mismo pintó. Al fondo puede verse a José Nieto, un trabajador que ocupó diferentes puestos en la Corte, y reflejados en el espejo del fondo se adivinan las figuras de los reyes, Felipe IV y Mariana de Austria.

El Corte Inglés se apropió de la imagen de esta obra de fama internacional, asegurándose su reconocimiento no solo por parte del consumidor nacional sino por parte también de todos los turistas que visitan España y que van de compras

a sus grandes almacenes. La imagen publicitaria recrea el espacio del cuadro y presenta a una moderna infanta Margarita vistiendo un modelo de alta costura, mientras que el propio pintor es sustituido por un fotógrafo de moda.

La marca **Coca-Cola** también utilizó a la infanta Margarita para publicitar su mundialmente famoso producto. Cambió además la **gama** de colores de su vestido, los cuales hizo coincidir con los identificativos de la marca -el rojo y el blanco- para lograr una “fusión” total entre personaje y **marca**.

**La creación de Adán (1511)
de Miguel Ángel**



La Creación de Adán (o el *Nacimiento de Adán*) está inspirada en el pasaje bíblico del Génesis que narra el momento en el que Dios, en compañía de una corte celestial, se acerca a Adán para dotarle de vida. La obra, pintada por Miguel Ángel Buonarroti a principios del siglo XVI en la Capilla Sixtina de Roma, fue la elegida por la compañía Nokia para publicitar sus **teléfonos móviles**. Apoyándose en el eslogan “Connecting People”, la imagen alude al poder comunicador de estos dispositivos así como a su capacidad para conectar a la gente por muy lejos que esté o muchos obstáculos que lo dificulten. Las figuras bíblicas y el entorno celestial asocian este poder prácticamente al de una especie de milagro o condición sobrenatural propia solo de un Dios o, en su caso, de una marca como **Nokia**.

La Gioconda o La Mona Lisa (1503), de Leonardo Da Vinci



Expuesto en el Museo Louvre de París, este conocido cuadro está protagonizado por una señora sobre cuya **identidad** se ha especulado durante siglos. No obstante, la teoría más aceptada es la que defiende que fue Lisa Gherardini, la esposa de un comerciante llamado Francesco Bartolomeo de Giocondo (de ahí los dos nombres con que se la conoce: Gioconda (por la mujer de Giocondo) y Mona Lisa (mona significa señora en italiano). Sea cual fuere su identidad, lo cierto es que su rostro y misteriosa mirada la convirtieron en la retratada más conocida de la historia del arte **mundial**.

Este hecho fue aprovechado por la marca de productos para el cabello **Pantene** para peinar a la conocida señora, al mismo tiempo que, mediante el eslogan “Renueva el tiempo - Restaura la edad de tu cabello”, se estableció un juego comparativo entre el cuidado y reparación del cabello dañado por el paso del tiempo y la restauración de obras de arte antiguas.