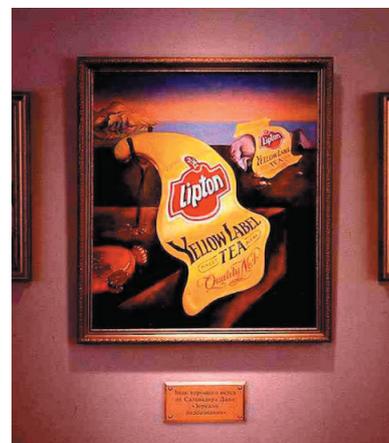
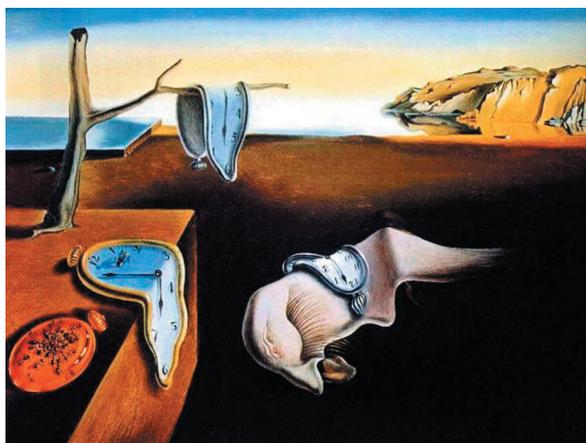


MT\_INFO\_MARCAS

## La marca publicitaria\_2

Textos de apoyo para comentar las imágenes proyectadas (MT\_PROY\_MARCAS)

**La persistencia de la Memoria (1931), de Dalí**



*La persistencia de la memoria* (obra conocida popularmente como *Los relojes blandos*) es una de los cuadros más conocidos de Salvador Dalí. Como ocurre con muchas pinturas surrealistas, esta también sugiere múltiples **interpretaciones**, desde la más prosaica que justifica su inspiración en un queso camembert fundido (como según parece llegó a declarar el propio artista), hasta la que la relaciona con el devenir del tiempo y los efectos del mismo sobre nuestra memoria.

**Lipton**, una de las marcas de té más populares del mundo, se inspiró en esta obra “derritiendo” sus bolsitas de té a la manera de los relojes de Dalí. La idea de un té helado en medio de un ambiente tan caluroso que lo derrite todo, es clara. También la comparación que se hace del propio producto con una obra de arte, al presentarlo incluso enmarcado como la propia obra original.

**Ceci n'est pas une pipe (Esto no es una pipa) (1929), de Magritte**

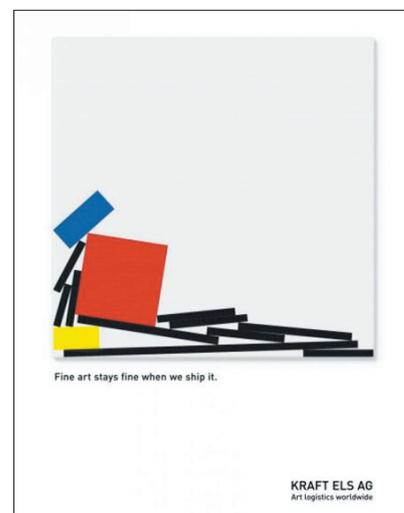
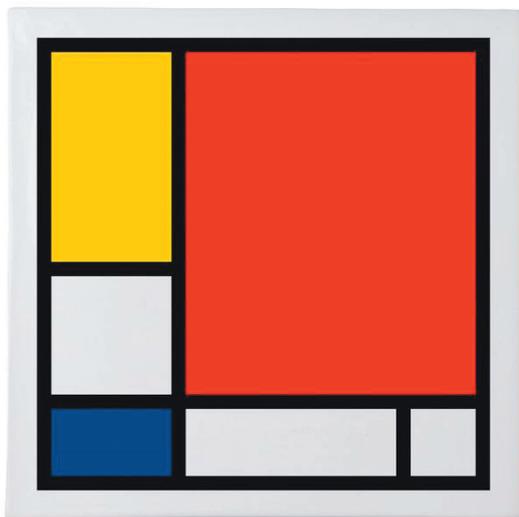


Esta obra de Magritte forma parte de su famosa serie *La traición de las imágenes*. En ella vemos exactamente lo **contrario** de lo que afirma su título: una pipa. En realidad, Magritte tenía razón, porque lo que vemos no es una pipa, sino la

representación de una pipa. Mediante este juego conceptual, el artista siembra en nosotros dudas sobre nuestra propia **percepción** y sobre la naturaleza más o menos real de los objetos que vemos. También sobre la forma que tenemos de referirnos tanto a esa realidad como a sus representaciones.

**Hiltl es un restaurante vegetariano** suizo que para su campaña publicitaria utilizó la ironía de esta obra pero sustituyendo la famosa pipa por una salchicha. Si vamos a comer a este restaurante, aunque creamos estar comiendo una salchicha, en realidad no lo será (al menos, no lo que entendemos normalmente por salchicha) ya que se trata de una salchicha vegana.

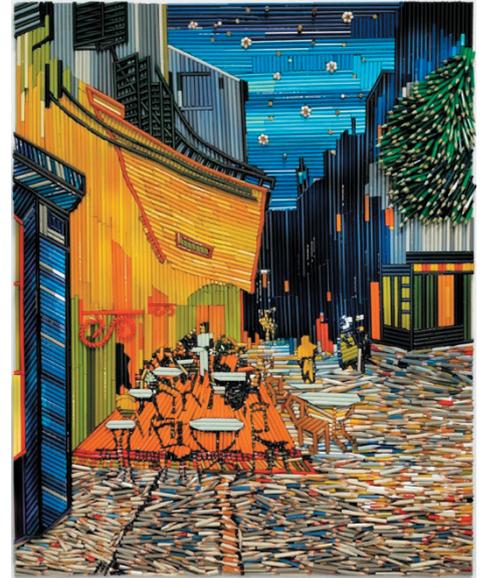
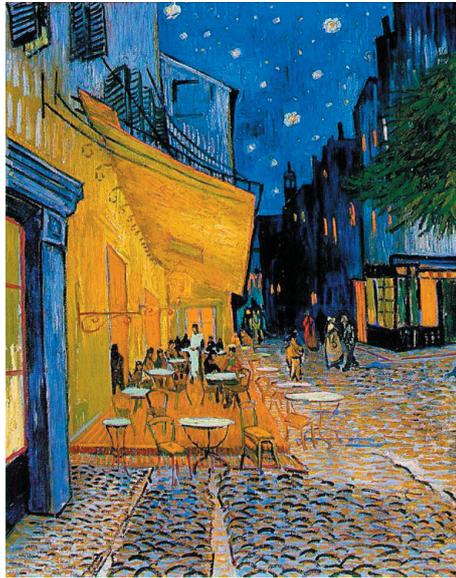
**Composición en rojo,  
amarillo y azul (1921),  
de Mondrian**



El pintor holandés Piet Mondrian fue, junto a otros artistas como Kandinsky, uno de los iniciadores del arte abstracto. En su caso, la abstracción tenía una características muy claras: composiciones **reticulares** y colores básicos y planos. Con estas premisas pintó multitud de cuadros que no eran, en realidad, más que variaciones compositivas con los mismos elementos. Él pensaba que si la representación de la realidad se simplificaba hasta el extremo, acababa convertida en esta sencilla combinación cuadrangular de líneas y colores planos.

*Kraft Els Ag* es una compañía suiza de logística y transporte de obras de arte. Al utilizar y desmontar desordenadamente lo que podría haber sido una obra de Mondrian, nos deja claro su mensaje de empresa que garantiza un buen servicio, capaz de evitar cualquier tipo de descalabro o accidente en las obras que custodia hasta su destino.

*Terrasse du café le soir  
(Terraza del café de la  
Plaza Fórum) (1888),  
de Van Gogh*



Este famoso óleo de Van Gogh representa un **café** de la ciudad francesa de Arlés, que en aquel entonces se llamaba “Café Terrace” **y que más tarde y gracias a esta pintura** pasaría a conocerse como “Café Van Gogh”. La escena es **nocturna** aunque el propio artista llamara la atención sobre cómo la había pintado sin utilizar siquiera un poco de negro. Así, en una carta a su hermano Theo le decía: *“Aquí tienes una pintura nocturna sin nada de negro en ella, hecha con nada más que hermosos colores azul y violeta y verde, y amarillo limón. Me divierte enormemente pintar la noche en el sitio mismo”*.

**Faber-Castell** es una fábrica de materiales para la práctica artística y plástica que fue fundada en 1761. Surgió primero como un taller de carpintería abierto por Kaspar Faber, uno de cuyos descendientes, Lothar Faber, creó el primer lápiz del mundo con marca propia, dando así origen a una marca histórica de gran prestigio. Para promocionar una de sus líneas, la de los *“lápices de colores para artistas”*, la marca se ha servido del tipo de recreaciones como la que vemos aquí para reproducir cuadros pintados por artistas mundialmente reconocidos.

***Le déjeuner sur l'herbe*  
(Almuerzo en la hierba)  
(1863), de Manet**



Este óleo de Edouard Manet, considerado uno de los artistas más representativos del Impresionismo, sorprendió al público francés de la época cuando se mostró por primera vez en uno de los Salones de París. La representación de un desnudo femenino junto a unos caballeros completamente vestidos suscitó una gran controversia. Además de este escándalo, la obra no gustó a muchos críticos por su estilo cromático y compositivo y por su gran tamaño (los grandes formatos solían reservarse para las obras de temas históricos o mitológicos), pese a lo cual acabaría pasando a la historia como símbolo de la evolución del arte entre los siglos XIX y XX.

La conocida marca de moda **Dior** (cuyas campañas publicitarias se suelen caracterizar por estudiadas y barrocas puestas en escena) utilizó la obra de Manet como modelo para una composición en la que suprime el desnudo femenino y sustituye a los dos personajes masculinos por sendas modelos, vestidas, no obstante, en los mismos tonos oscuros que aquéllos.