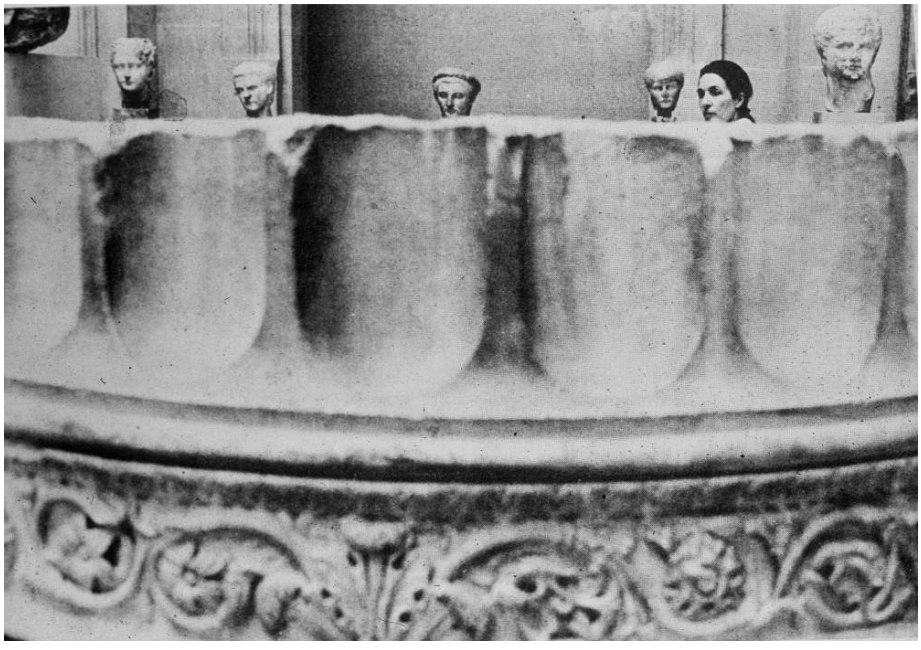
# Iconos clásicos y marketing

Pilar León Alonso. Universidad de Sevilla

El tema se plantea como una reflexión sometida a crítica dentro de un trabajo más amplio, actualmente en preparación. El motivo básico de la reflexión es la capacidad comunicativa de la Arqueología en cuanto transmisora e intérprete de los iconos emblemáticos de la Antigüedad, así como de sus mensajes. Los niveles de comunicación son diversos y van desde uno prácticamente inconsciente, en el que se digieren a diario nombres, citas y referencias al mundo de la Arqueología , hasta el que infiltra la Arqueología en la sociedad a través de actuaciones como las integradas en la Arqueología urbana o de urgencia.

En cuanto a los iconos conviene tener en cuenta, que la Antigüedad es un arsenal fabuloso de imágenes prestigiosas, metáforas, ideas asociativas, cuyas claves plásticas e iconográficas están en poder de la Arqueología. Por medio de dichos iconos, fuente de modas y modelos, la Antigüedad comunica su mensaje a la sociedad contemporánea, que al reutilizarlos y readaptarlos desvirtua el contenido del mensaje original o lo anula. Los ejemplos abundantes que se pueden aducir provienen del mundo del arte, del comic, del cine, de la literatura de evasión o del mercado.

Sea cual fuera el ámbito de proveniencia, los iconos clásicos son tomados como fetiches por la propaganda consumista, por los slogans y anuncios. En este plano la comunicación es incesante, aunque a veces pase inadvertida, pero aun así es una auténtica vorágine de referencias a un tiempo considerado ideal por el prestigio cultural que destila y por el atractivo del aura que lo envuelve.

IL QUADRIFOGLIO
Alfasud
LA STAMPA INTERNAZIONALE GIUDICA L'ALFASUD
Schönheit ist eine Kunst
Schönheit ist eine Wissenschaft
BASF
PROSPAN
PLANKTON
Crème pour le ventre
KÖRPERPFLEGE - SPEZIALPRÄPARATE FÜR BUSEN UND SCHLANKHEIT - SONNENSCHUTZ - GESICHTSPFLEGE
Für Packungen zerbrechen wir uns den Kopf
WASSERMANN AG

KOUROS
Les dieux vivants ont leur parfum. Kouros.
Parfums
YVES SAINT LAURENT
KOUROS: LA NUEVA LÍNEA MASCULINA