Logomarca foi criada há quatro anos

Marca Brasil divulga o País

A valorização do Brasil como marca é uma preocupação do poder público. Há quatro anos, foi criada a Marca Brasil, com o objetivo de ser uma identidade internacional do País no exterior. O símbolo é considerado um dos primeiros resultados do Plano Aquarela - Marketing Turístico Internacional. De acordo com a Embratur, desde 2006, quando foi criada, foram recebidas 1.545 solicitações de uso da Marca Brasil.

Quem assina a marca é o designer Kiko Farkas, que venceu uma concorrência nacional. As cores que aparecem na logomarca foram escolhidas depois de uma pesquisa feita com visitantes estrangeiros. O verde representa as florestas; o amarelo, o sol e luminosidade; o vermelho e o laranja, as festas populares; o azul, o céu e a água; e o branco, as manifestações religiosas.

A marca foi construída sobre cinco pontos de destaque do Brasil: a alegria do povo; a sinuosidade da natureza e do caráter do povo; a luminosidade, o brilho e a exuberância do País, que tem essa energia contagiante; a presença do híbrido, do encontro de culturas e das diferentes raças; e também do moderno e do competente.

"O resultado foi uma marca criada para ser a identidade internacional do turismo e dos principais produtos de exportação do Brasil, multicolorida e sinuosa, que reflete aspectos como alegria, luminosidade e modernidade, e hoje está inserida no mercado turístico internacional, junto a países pioneiros, como é o caso da Espanha, que criou seu símbolo em 1983", explicou o diretor de marketing da Embratur, Walter Vasconcelos.

No ano em que foi criada, a Marca Brasil foi usada na campanha "We do it different", durante a Copa do Mundo da Alemanha, promovida pela Apex-Brasil para ressaltar os diferenciais dos produtos brasileiros. No ano seguinte, foi a vez de aparecer na Marquês de Sapucaí, no desfile da Portela, que cantou o samba-enredo "Brasil, marca a tua cara é mostra para o mundo", sobre o povo brasileiro. *CM*

Fonte: Propmark, São Paulo, 10 maio 2010, p. 9.