

Marca Colombia 2012

Por FOROALFA

Colombia sale a la conquista del mundo con una Marca País muy parecida a la de Brasil. El proyecto ya ha generado bastante controversia a nivel local.

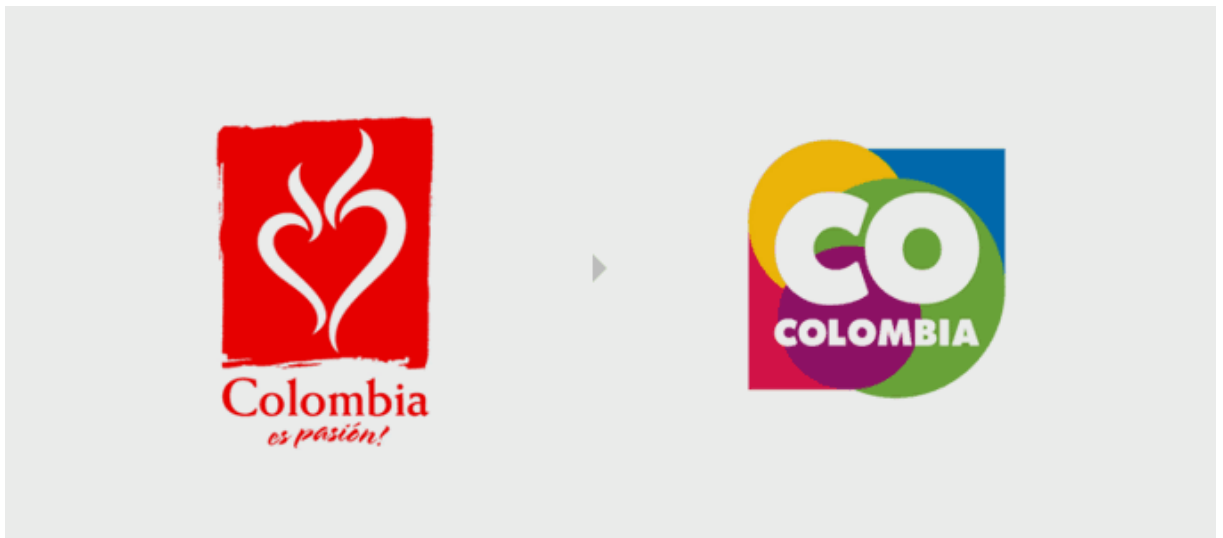


Colombia renueva su Marca País, y reemplaza su lema «Colombia es Pasión» por «La respuesta es Colombia». La información se dio a conocer hace pocos días. La intención de esta nueva marca es atraer la atención del mundo en una coyuntura de crisis económica,

mostrando el «talento, recursos y empuje» del país. No se trata de un mero cambio visual, sino de una verdadera promesa. Esto es lo que dice en el sitio oficial del proyecto Marca Colombia:¹

«Con esta nueva imagen vamos a dar certeza a quien pueda tener incertidumbre acerca de nosotros y de nuestra capacidad. Vamos a dar soluciones a quienes puedan pensar en problemas del pasado. Vamos a dar resultados para todos los que buscan oportunidades. Ahora somos realidad y certeza, somos una solución, porque tenemos la gente, los recursos y el empuje. Soy somos un «país respuesta».

Los corazones rojos, que hasta ahora conformaban la identificación gráfica, serán sustituidos por un logo geométrico en colores amarillo, violeta, lila, verde y azul, que resalta el dominio de Internet «co» en el centro de la composición.



Cambio de Marca País Colombia.



Marca País Colombia es la nueva entidad que nació hace un año para promocionar al país y depende del Gobierno de Juan Manuel Santos, que desarrolló esta nueva imagen junto con el grupo de publicidad Omnicom Solutions y WPP Colombia.

Según una nota publicada en El Heraldo, «la megadiversidad es el eje de la nueva marca, asociada a la idea de que Colombia es un país que ofrece soluciones al mundo por el talento humano, la estabilidad y proyección de la economía y la variedad étnica, turística, lingüística y cultural que tiene». La campaña buscará en una primera instancia instalar la marca entre los Colombianos, para que la asuman como propia. En el sitio oficial del proyecto se explica que:

«es un país que se caracteriza por su megadiversidad y precisamente eso fue lo que quisimos plasmar en la expresión visual de la nueva marca País Colombia. Para complementarlo y reforzarlo utilizamos un lenguaje cálido y progresista basado en 4 principios fundamentales:

- **Flexible:** El logo y los elementos que lo componen permiten crear mensajes innovadores, llamativos y sorprendentes.
- **Afectivo:** Como colombianos sabemos que nos caracteriza la amabilidad y la calidez. Por eso, estos dos elementos estarán siempre presentes en todo lo que digamos.
- **Colorido:** Hemos escogido una gama de colores que representan y expresan el concepto de megadiversidad. Son colores que proyectan fuerza, positivismo, brillo y mucha energía.
- **Fáctico:** La marca país habla de forma clara y directa, con hechos y evidencias que sustentan todo lo que anuncia».

El argumento de la diversidad coincide con el elegido por Brasil, que busca «mostrar en el exterior que ofrece muchas cosas más, además de «samba, café y Pelé»». No obstante, llama la atención que en este caso, una gama de colores casi idéntica «pretende reflejar tanto el patrimonio natural como la alegría del pueblo brasileño», según explicó en su momento Edson Campos, director de marketing de la Empresa Brasileña de Turismo (Embratur). Es decir, prácticamente la misma gama de colores parece tener sentidos muy «diversos» en cada país: alegría y patrimonio natural en un caso, y fuerza, positivismo, brillo y energía en el otro.



Hay bastante semejanza entre los identificadores de Brasil y Colombia. Alguien podría pensar, equivocadamente, que comparten algún tipo de estrategia regional.

La periodista Claudia Hoyos, encargada de la campaña, cuenta en una entrevista a *Confidencial Colombia* que el diseño de la marca costó 400 millones de pesos colombianos (aproximadamente U\$S 222.000), y que «lo que presentamos no fue un logo sino un sistema de marca flexible, incluyente y que nos permite a partir de un mismo sistema de marca unificado, similar a lo que hace Google con los doodles que cambian diariamente, cambiar de tal manera que el sistema de marca se pueda usar en las ciudades, en las regiones, a todas las entidades del gobierno, que nos permite hablar de diferentes temas y es un sistema flexible y dinámico».



Gráfico extraído del diario La República. Explicaciones varias de conceptos de la marca.

Siguiendo con la variedad de sentidos que se le dan a los colores, veamos la comparación particular de cada uno de los colores compartidos por las dos marcas:

	Colombia	Brasil
Verde	Montañas, valles y llanos	Selva
Amarillo	Sol y minerales	Playa, luz y calor
Azul	Riqueza en ríos y mares	Aguas y cielo

Publicado el 11/09/2012

1. Ver <http://www.colombia.co>



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/marca-colombia-2012>

