

➔ Case study

Políticos vs Marcas – Abecedário de A a Z dos candidatos portugueses associados a logótipos



Carlos Coelho
Presidente Conselho Administração
BRANDIA

“Políticos vs marcas” não pretende ser mais que um exercício de Verão sobre as sobreposições destes dois poderosos mundos, diz Carlos Coelho.

“Ao abecedário político nacional fiz coincidir um abecedário internacional de marcas que de algum modo pudessem comungar das mesmas características.

Os políticos, para além da marca dos partidos que representam, são cada vez mais marcas por si próprios, capazes de endereçar individualmente o eleitorado.

Assim sendo, cada personalidade gera um conjunto de percepções que tal como uma marca, encontram maior

ou menor receptividade junto do seu público-alvo.

As marcas empresariais ou de produtos, apesar de constituírem um fenómeno relativamente recente (cerca de cem anos) são hoje no entanto já aceites como os poderosos agregadores das economias e os grandes símbolos das sociedades modernas.

As marcas humanas ‘personal branding’ são em contraponto, uma área que embora emergente, se apresenta ainda como uma indústria pouco estruturada.

Encontramos, no entanto, um trabalho de grande qualidade nas gran-

des estrelas da música, do cinema ou do desporto, dos quais posso destacar, Jennifer Lopez, Madonna, Michael Jordan, Tiger Woods ou David Beckham.

Nos casos dos políticos, as eleições norte-americanas serão seguramente o melhor exemplo a estudar, encontrando-se um pouco por todo o mundo a extrema preocupação de tratar esta área com o maior rigor possível, sendo já inquestionável o poder que uma ‘marca pessoal’ pode ter na decisão de voto.

Quer queiramos quer não, no final do dia todos os que nos rodeiam fica-

ram com uma ideia acerca de nós, ficam com a nossa marca.

Pelo que se muitos forem aqueles que nos rodeiam e se a nossa profissão depender da ideia com que esses tantos ficam de nós então, para que não cheguemos ao fim do dia e constatem que fizemos a coisa certa, deixando a impressão errada, fica aqui o meu descomprometido contributo:

– As marcas não são milagres que se constroem para ludibriar os consumidores.

– São antes ‘interfaces’ de relação, capazes de tirar o melhor partido das qualidades de um ‘produto’, garantin-

do que o nível médio da percepção, junto de um ‘target’ generalizado, seja o mais constante, o mais homogéneo e sobretudo o desejado.

É por isso, uma marca, um factor de estabilidade na percepção simbólica de uma promessa consistente e coerente.

Aos nossos políticos caberá saberem construir a sua marca, fora dos abecedários internacionais das marcas, mas dentro do princípio de que uma marca forte, apesar de ser um caminho por vezes longo de percorrer, constitui um activo que apesar de intangível pode, nas empresas como nas pessoas, ser um dos seus bens mais preciosos”.

A **Alberto João Jardim VS Adidas**
Impossible is nothing

D **Durão Barroso VS DHL**
Sem fronteiras

J **José Ribeiro E Castro Vs Jansen**
O mesmo sabor, mas sem álcool

O **Odete Santos Vs Omo**
Todos conhecem, nem todos compram

S **Santana Vs Smirnoff**
Sem eles não há festa

Amaral, Mota VS AMI
Ambos fieis às suas causas

E **Eanes, Ramalho VS EDP**
Ambos produzem alta tensão

L **Leite, Manuela Ferreira Vs Linux**
Muito fiável, pouco popular

P **Pacheco Pereira Vs Pentium**
É muitas vezes responsável por conflitos no sistema

Sampaio Vs Swatch
Agrada a quase toda a gente

B **Balsemão VS Boss**
Discreto mas dominador

F **Francisco Louçã VS Frize**
Sempre à procura de um novo slogan

M **Manuel Maria Carrilho Vs Johnnie Walker**
keep walking

Paulo Portas Vs Playstation
Sempre ao ataque. Sempre à defesa

T **Tino De Rans Vs Tang**
Ambos instantâneos

Borges, António VS Bic
Bic Laranja de escrita fina

G **Guterres Vs Google**
Vasto em informação, por vezes difícil de sistematizar

Marcelo R. Sousa vs Microsoft
Tem sempre uma versão actualizada para todos os problemas

Queiró, Manuel Vs Queru
Um nome a não esquecer

V **Vitor Constâncio Vs Vw**
Ambos difíceis de apanhar em derrapagem

Cunhal Vs Chanel
Ambos eternos

H **Horta, Basílio Vs Hermes**
Muito popular, em círculos muito restritos

Mário Soares Vs Moët & Chandon
Muito bom. Quando é fresco

R **Rui Rio Vs Regisconta**
Aquela máquina

X **Xavier, Lobo Vs X-Type, Jaguar**
Um clássico na sua categoria

Coelho, Jorge Vs Catterpillar
Levam tudo à frente

I **Isaltino Vs Intel**
Funcionam bem dentro do sistema

Marques Mendes Vs M&M
Não se medem pelo tamanho

Rodrigues, Carmona Vs Robbialac
À segunda de mão fica ainda melhor

Y **Yasser Arafat Vs Yorn**
Um terrorista que ganha um prémio Nobel. Um insólito

Cavaco Vs Citroën
Juntos chegam onde querem

J **Jerónimo de Sousa Vs J&B**
Relações fortes

N **Nuno Morais Sarmiento Vs Nike**
Just do it

S **Sócrates Vs Sony**
Sempre em busca do próximo choque tecnológico

Z **Zita Seabra Vs Zundapp**
Devagarinho vai a todo o lado

PGA PORTUGUESA AIRLINES 15 ANOS Melhor Companhia Regional da Europa pelo 5º ano consecutivo

Desde Lisboa Pamplona €60* Difícil é ficar em casa...

*Tarifas sujeitas a condições especiais. Estes valores não incluem taxas aeroportuárias e outras aplicáveis. Para mais informações contacte o seu agente de viagens ou consulte www.flypga.com