

KULTURAUSTAUSSCH

Zeitschrift für internationale Perspektiven

Ausgabe I/2013



Brasilien: alles drin.

In dieser Ausgabe

Joey Goebel:

Die schärfsten Menschen auf Erden

Roberto DaMatta:

Die Mischung macht's

Hans Ulrich Gumbrecht

im Interview:

„Das Jahrhundert des
brasilianischen Fußballs ist vorbei“

Stephanie Gimenez Stahlberg:

Dein Freund und Helfer

Mika Kaurismäki:

„Sie arbeiten viel und
quatschen wenig“

Antônio Modesto da Silveira:

Das lange Schweigen

Daniel Brühl:

Verkohlte Zwiebeln



4 190722 506006

01

Die Farben der Nation

Das brasilianische Grafikdesign ist unkonventionell und voller Optimismus. Staaten, Gemeinden und Regierung nutzen es für ihr Image

VON CONSTANZE MUSTERER



Constanze Musterer, geboren in Berlin, studierte Kunstgeschichte, Psychologie und Religionswissenschaften an der Freien Universität Berlin. Von 2010 bis 2012 lebte sie in Recife, im brasilianischen Bundesstaat Pernambuco, wo sie für das Museu Murrillo La Greca Ausstellungen kuratierte und zur zeitgenössischen Kunst und traditionellen Kultur des brasilianischen Nordostens forschte.

Das Logo „**Marca Brasil**“ zielt seit 2005 die offizielle Tourismuswerbung, Promotionbroschüren und Exportprodukte. Die große Premiere hatte **Marca Brasil** in Deutschland 2006 zur Fußball-Weltmeisterschaft – zur nächsten im Jahr 2014 wirbt das Logo dann vor allem im eigenen Land. **Marca Brasil** ist das Resultat eines zweistufigen nationalen Wettbewerbs, aus dem der Grafikerdesigner Kiko Farkas vom Büro Máquina Estúdio, São Paulo, als Gewinner hervorging. Er zählt zu den bekanntesten brasilianischen Grafikerdesignern, ist mehrfach ausgezeichnet und Gestalter vieler Kataloge sowie unzähliger Plakate, zum Beispiel für das Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo.

Das abstrakte Logo von Kiko Farkas versinnbildlicht ausgewählte positive Charakteristika Brasiliens: Kurven und Ausbuchtungen zeichnen Formen von Stränden, Bergen und des Meeres nach. Helligkeit, Glanz und der Reichtum an Farben sind Ursprung der Freude, Gemütlichkeit und des Sich-Wohlfühlens im Land – egal woher man kommt. Die Farbpalette im Logo adaptiert neben der Natur die bunten Farben der Volksfeste. Die Farbmischungen und Überlagerungen verweisen dabei auf die vielen Kulturen, Ethnien und das Hybride, das Brasilien auszeichnet. Im Zentrum des Logos steht die Schrift weiß und klar auf blauem Grund, für Farkas eine Allegorie der Modernität, wissenschaftlich-technologischen Kompetenz und religiösen Freiheit des Landes.

Die der Gestaltung der **Marca Brasil** zugrunde liegende Philosophie von Kiko Farkas ist abgewandelt auch in anderen offiziellen Logos erkennbar und hat in ihrer Wertevermittlung eine gewisse Tradition. In

den 1950er-Jahren, als die Agrarnation Brasilien zu industrieller Größe gelangte, avancierte das Grafikdesign zu einem wichtigen kreativen Feld zwischen Wirtschaft und Kultur. Die jungen brasilianischen Grafikerdesigner waren herausgefordert, die Verantwortung einer visuellen Identität für das aufstrebende Land zu übernehmen – und das taten sie auch.

Die Staaten und Gemeinden, die Regierung und die Wirtschaft in Brasilien reagierten schnell auf den „Zeitgeist“ und nutzten das vorhandene kreative Potenzial für die eigene Repräsentation. Sparsame, aber lebendige Farben in ihren Logos sowie schlichte und prägnante Grafikformen vermitteln ein positives, junges, doch souveränes Selbstbild fernab von tropischen Klischees. Unterstrichen wird dadurch die stete Proklamation einer jungen Nation, die nicht aus einem Volk, sondern aus einer Gemeinschaft besteht. Städtewerbungen sollen nicht nur Touristen locken, sie sind vor allem auch identitätsfördernde Kampagnen für die eigene Bevölkerung. Modern, leicht und farbenfroh suggerieren sie bessere Zeiten in einem Land, auf das jeder Brasilianer stolz sein kann.

Das Logo der brasilianischen Regierung wird häufig im Fernsehen eingeblendet und hat unter der Präsidentin Dilma Rousseff eine Reduktion in seiner Farbigkeit erfahren, die sich auf die dominierenden Farben der Landesflagge Gelb und Grün beschränkt. Die Raute aus der Flagge im Buchstaben A des Logos wirkte früher bewegt, heute ist sie geglättet. Weg vom windigen Eindruck unterstreicht sie damit die Ernsthaftigkeit des neu unter „**Brasil**“ hinzugefügten Satzes: „Ein reiches Land ist ein Land ohne Armut.“



Sensacional!

*Links das **Marca Brasil** von Kiko Farkas, rechts das neue Logo der Regierung Rousseff*

