



A BRASILEIRIDADE NA COMUNICAÇÃO DAS HAVAIANAS: UMA RELAÇÃO QUE RECUSA IMITAÇÕES.

MARIANA CARDOSO NASCIMENTO; LUCIANA FERREIRA SERENINI PRADO; IZABELA CÂNDIDO DA SILVA; IZABELA CÂNDIDO DA SILVA
marianaluz3_@hotmail.com

Objetivo: O presente artigo desenvolvido através de pesquisas e orientações, destaca a trajetória da marca "Havaianas" e apresenta a relação da marca com a cultura e identidade brasileiras, além de discorrer sobre o posicionamento da marca, que conquistou classes **Método:** Artigo desenvolvido a partir de estudo de caso, analisando a trajetória da marca Havaianas. Apoiado em revisões bibliográficas e pesquisas bibliográficas. **Resultados:** A partir de diversas pesquisas e análises bibliográficas, foi possível entender a trajetória de desenvolvimento e reposicionamento da marca. É possível ainda, perceber como a marca cresceu e se tornou símbolo da cultura brasileira mundialmente. **Conclusão:** As Havaianas surgiram de uma forma tímida e aos poucos foram ganhando novos rumos. A marca soube observar e entender o consumidor brasileiro e logo se tornou objeto de desejo. A sandália conseguiu através de uma comunicação divertida, simples e envolvente

Palavras-chave: Havaianas. Cultura. Identidade