

Marketing e Design: Casamento pós-moderno

Vejo o design e o marketing como criaturas concebidas uma para a outra, almas complementares que nunca deveriam se separar. **O marketing atrai, o design conquista.** Casal pós-moderno, cada qual tem a sua vida para cuidar, disciplinas próprias, áreas de conhecimento específicas e até, talvez, casas separadas. E quando esses dois se juntam, resistir, quem há de? Eles podem tudo, e quando estão para o crime, são um perigo!

Vejam: **o marketing é a arte de seduzir para casar.** Ele pesquisa o mercado, a concorrência, define o quanto está disposto a se empenhar (cronograma e orçamento), descobre as preferências e sonhos do alvo em questão, capta as necessidades e insatisfações da alma que pretende aliciar, estuda o ambiente, as tendências, os riscos envolvidos. Junta tudo isso e bola estratégias matadoras das quais não se pode escapar. E, claro, se preocupa em continuar encantando para manter a fidelidade da vítima (por isso é que o marketing é para casar; **propaganda pura é apenas galinhagem**).

Já o **design é a materialização de soluções em escala.** É que o método projetual do design considera a ergonomia, a teoria das cores, a semiótica, as percepções, enfim, usa tudo o que estiver disponível para encontrar o melhor jeito de fazer o usuário feliz, seja um website, um objeto, um ambiente ou um impresso. Como fruto da revolução industrial, o design se sustenta sobre um tripé: um bom **projeto**, que possibilite a produção em escala; um **conceito** que explique porque o objeto é feito dessa maneira e não de infinitas outras possíveis, com suas funções e porquês; e a preocupação **estética** (senão não vende).

O design ajuda a seduzir e a manter, pois é ele quem vai conceber coisas fáceis de usar e de entender, pensar em embalagens atraentes, projetar

formas eficientes de transportar e distribuir, preocupar-se em como será o descarte na natureza, colocar em prática as intenções e estratégias que o marketing definiu. Enfim, é o design quem vai interagir com o cliente, pele a pele, na maior intimidade.

O marketing define as sensações que quer provocar, as relações que quer manter, os sentimentos que quer despertar. Mas quem vai materializar tudo isso é o design.

Assim, não me conformo com o fato dos cursos de marketing não falarem nada sobre a gestão do design como estratégia, não apresentarem nem mesmo os conceitos fundamentais mais básicos. Onde esse povo vai trabalhar? Na Lua?

E também não tem explicação o fato de que boa parte das escolas de design não oferecerem disciplinas próprias do marketing. O que acontece é que o próprio designer mal sabe conquistar os seus clientes, mesmo tendo todas as armas.

É fácil saber quando os dois andam juntos: é quando os produtos e empresas são líderes de mercado, ícones, objetos de verdadeiros cultos. Apple, Natura, 3M, Starbucks... **ah, como o amor é lindo!**

Lígia Fascioni

www.ligiafascioni.com.br

Artigo publicado na Newsletter MarketingProfs em 07/02/07

Permitida a reprodução desde que citada a fonte.