

Branding e Design: amigos ou inimigos?

A competição entre o Branding e o Design vem ganhando força no mercado de Comunicação e Marketing. Isto acontece devido a confusão que as pessoas fazem entre os dois conceitos, e, principalmente, pela idéia de Branding que algumas agências de Design passam para o mercado. Tal confusão não passa de um atraso para a disseminação do Branding no Brasil, que, com estas distorções de conceito, fica ainda mais “obscura” sua verdadeira importância e necessidade para as empresas.

Branding trata-se de um conjunto de ferramentas de marketing e comunicação voltados à construção e gestão estratégica de marcas, enquanto Design uma ferramenta de comunicação e marketing que, através de traços, cores e formas cria identidade visual para empresas, produtos e serviços.

Ou seja, Design é uma ferramenta de suma importância dentro do Branding. É ele quem tangibiliza toda a imagem e posicionamento da marca. Claro que dentro do Design, assim como em qualquer profissão, existem maus profissionais, que fazem simplesmente identidades visuais e embalagens, falando que estão fazendo Branding. E assim surge a “rincha”.

Primeiro que identidade visual, embalagem, ou qualquer outro tipo de manifestação visual, que seja feita sem um propósito, não se pode chamar de Design. O Design não é apenas a preocupação com a estética visual, mas também com a mensagem e o resultado que aquela peça irá causar nas pessoas.

Muito menos se pode dizer que estão fazendo Branding. Pois justamente o Branding que irá construir e decidir a imagem e posicionamento proposto para a Marca, deixando a responsabilidade para o Design, de passá-las de forma atraente, clara e tangível aos diversos públicos.

Atualmente, onde a maioria dos mercados segue em direção a comoditização, cada vez mais o Design se torna um diferencial competitivo e atrativo. Será que a Apple ainda possui uma vantagem técnica sustentável? Depois que as máquinas começaram a utilizar Intel e Windows, pode-se dizer com certeza, que o Design seja o grande, ou o único, fator de diferenciação.

Então, vamos parar de colocar esta ferramenta, importantíssima para a construção de Marca, como uma vilã. O que devemos é saber identificar os “picaretas” do Design, que dizem fazer Branding.

Um bom Design dá conta do recado quando conhece o posicionamento da Marca, mas Branding, não se faz sem Design.

Gabriel Saul Maialli atua na gestão estratégica do portfolio de marcas da Bunge Fertilizantes S/A, é especialista em Branding pela Laureate International Universities e membro do Comitê de Branding da ABA.