

OBJECTIVOS DO DESIGN

1

ESTRATÉGIA

Um dos objectivos primordiais de qualquer empresa é saber como chegar ao público-alvo. E determinados serviços e produtos necessitam de formas de abordagem eficazes para vingarem no mercado.

Ora a estratégia é um elemento importantíssimo para a viabilização e vida futura de uma empresa. E o Design tem aqui um papel estratégico no planeamento de soluções e caminhos a seguir. Aliado ao Marketing, o Design pode definir estratégias globais (para a empresa, no branding, por exemplo) ou estratégias específicas (como para determinados produtos ou campanhas) de uma forma integrada, não se perdendo tempo nem sinergias, mas sim ganhando visões e ideias de futuro, organização, e tornando-se um factor para a inovação, a competitividade e o sucesso.

2

COMUNICAÇÃO

Se não se comunicar, ninguém fica a saber. Segundo factor essencial numa campanha é a comunicação. Pensadas que estão as estratégias de evolução, há que projectá-las em estratégias de comunicação. A comunicação, seja ela institucional, cultural, política ou publicitária, alimenta-se de todas as formas de arte e cultura. Aqui a equipa de design organiza o sentido das mensagens, com propostas de soluções conceptuais, através de elementos linguísticos e formas gráficas originais, que serão reproduzidas em duas ou três dimensões.

3

CRIATIVIDADE

Terceiro factor importantíssimo numa campanha ou estratégia é a qualidade e força criativa que é dada na comunicação. O Design e a criação artística são duas faces da mesma moeda da versatilidade inventiva do homem. O designer, profissional de comunicação formado em escolas qualificadas, é um artista-autor que concebe, dá forma e coordena a realização de um processo criativo original, onde a sua sensibilidade e referências estéticas, culturais e vivenciais são também factores importantes para a concretização de um todo coerente.