

# O Marketing em 2018 é de responsabilidade social

Primeiro de tudo, antes de falar sobre tendências de qualquer coisa, é importante entender que não dá para acreditar muito em previsões. O que aconteceu hoje, especialmente dentro da inovação e tecnologia, pode facilmente mudar de figura em dois ou três meses.

Apesar disso, muitas das tendências do marketing atuais podem nos auxiliar a pensar em possíveis próximos cenários e nos preparar para cada um deles. Felizmente, o que temos visto hoje é um marketing em direção às ações mais conscientes, responsáveis de suas implicações para a sociedade e o meio ambiente.

Da realidade virtual até inteligência artificial, multitelas, sensores, entre outras ferramentas, o que importa não são necessariamente os avanços tecnológicos, mas sim como eles estão sendo trabalhados cada vez mais. Como sempre, o mal não é o meio, mas sim o que estamos fazendo com ele. E, dessa vez, parece que estamos usando os meios para o bem.

## **Quebra de tabus e velhas normas**

Finalmente aquele tão conhecido marketing tradicional em slogans e campanhas de margarina está abrindo os olhos para conceitos mais abrangentes, trabalhando todos os gêneros, raças, interesses e vontades. Isso ainda é mais visível em campanhas de produtos ou serviços para mulheres, mudando a ideia de feminino/masculino para uma linguagem que passa a linha do comum, trabalha o humor, a ironia, a sátira de um jeito novo. Um jeito que, ainda bem, está a favor de todos.

## **Da economia da atenção para a economia do envolvimento**

Alcance, número de clicks e visitas não importam nada ao lado de engajamento e conversões. Cada vez mais os sites e mídias

sociais com muitos visitantes ou seguidores, mas com nenhum engajamento, serão punidas pelos algoritmos, tornando-as passivas e irrelevantes. Isso significa que é preciso gerar interação, é preciso envolver de forma ativa e consciente. O valor não está em comprar esses números, mas em consegui-los de forma orgânica, e uma das melhores formas de fazer isso é a partir do envolvimento em causas sociais.

### **Do individualismo para a cocriação**

Essa mudança de cultura está apenas começando e continuará durante décadas, na política, na economia, na arte, nos negócios. No marketing, isso significa abandonar a necessidade por confirmação individual em mídias sociais para a consciência do poder de participar e pertencer a uma rede, uma comunidade. O próximo passo da economia colaborativa estará no marketing se conectando com tribos, e não mais com indivíduos. As marcas estarão cada vez mais voltadas em gerar ações que contribuam com grupos e os façam perceber o impacto que têm no mundo.

### **O inesperado é um destino**

Estamos entre o mundo analógico e virtual, passando para um universo onde a inovação tecnológica gera expectativas grandes no imaginário das pessoas. Essas expectativas podem e devem ser vencidas, e isso só irá acontecer quando alcançarmos o inesperado. O digital, as mídias sociais e todas as campanhas de marketing que vem no meio disso servirão como um escapismo para uma realidade que ainda não chegou no esperado. Por isso é tão importante fazer diferente, ousar, arriscar virando conceitos de cabeça para baixo e fazendo aquilo que ninguém nunca imaginou que sua marca faria.

As pessoas estão buscando por novas alternativas de valorizar verdadeiramente a qualidade das informações que recebem, seu tempo e sua realidade. Sua marca está disposta a quebrar regras e tomar as rédeas do marketing em que se encaixa? Ela é capaz de explorar novos tópicos e não apenas engajar seus seguidores, mas co-criar com eles?

Está preparada para ser a marca que as pessoas utilizam não só para fortalecer suas identidades, mas para facilitar a busca de conhecimentos e informações para grupos e comunidades com propósito? Então você está no caminho certo para os próximos anos.

*Mundo do Marketing: Por Adriano Meirinho*