

# A Publicidade está doente?

19 maio, 2020 11:36



**Sendo a minha área de interesse e atuação, é apenas normal que, nos últimos tempos, tenha ouvido algumas vezes a pergunta sobre como será o futuro da Publicidade.**

A resposta, simples e honesta, é esta: não sei. Nem eu, nem nenhum ser humano. Aliás, creio que se há alguma coisa que esta crise nos tem lembrado é de como dominamos as coisas muito menos do que gostamos e teimamos em pensar. A verdade é que um simples organismo, com nanómetros de diâmetro, foi capaz de alterar o nosso mundo radicalmente e não nos pediu qualquer autorização. Assim sendo, achar-se capaz de prever o futuro com rigor parece-me, cada vez mais, uma arrogância.

Não será muito difícil antever que os tempos que aí vêm não serão fáceis para a Publicidade. Como alguém disse no passado, quando a Economia se constipa, a Publicidade apanha uma pneumonia. Mas mesmo esta doença não será certa e



será quase certo que não será apenas má. É que, como em todas as crises, o mundo refaz-se e com isso cria oportunidades. A vida não se cansa de nos ensinar; nós é que nem sempre estamos dispostos a aprender.

À Publicidade caberá continuar a fazer o papel que a torna relevante: ajudar a construir a relação entre produto e consumidor, que apelidamos de marca. A Publicidade com futuro é aquela que for capaz de perceber e adaptar-se às mudanças do meio que a rodeia.

Tal como qualquer organismo.

### **João Barros**

Professor Convidado na Escola Superior de Comunicação Social e Investigador no Centro de Estudos Clássicos da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa