

15. Publicidade e Relações Públicas

Do comercial ao social: uma abordagem da publicidade cidadã

Autor(es)

Alcina Dourado, Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal

Resumo

Publicidade social é, por definição, uma forma de comunicar integrada no marketing social que procura aplicar as ferramentas ao dispor das empresas para promover questões de índole eminentemente social com o propósito de conduzir à mudança positiva no comportamento dos seus destinatários. Não sendo aceite de forma consensual, sendo até confundida com publicidade institucional, importa descortinar em que medida pode ser encarada como uma disciplina de comunicação autónoma, identificando as características que podem conduzir à sua aceitação de forma substantiva.

Consumo e publicidade: da consumação à consumição. Campanha de sensibilização para o consumo racional no Natal, da Direcção-Geral do Consumidor

Autor(es)

Ana Duarte Melo, Instituto de Ciências da Comunicação - Universidade do Minho

Resumo

Após décadas de incentivo efusivo ao consumo, assumido como foco principal da actividade publicitária, após a activista reacção contrária ter ganho voz com os discursos anti-consumistas mais apocalípticos, eis que assistimos a um inverter do rumo e as instâncias governamentais apelam ainda ao consumo, sim, mas agora um consumo diferente, racional, consciente e comedido.

A campanha de sensibilização para o consumo racional, patrocinada pela Direcção-Geral do Consumidor, pela secretaria de Estado do Comércio, Serviços e Defesa do Consumidor, pelo Ministério da Economia e da Inovação, lançada no Natal de 2008, vem revelar o lado responsável da publicidade.

A aparente contradição entre anos de crédito ao consumo e a retracção agora anunciada vem pôr em causa a credibilidade da publicidade ou, pelo contrário, vem reabilitá-la política e socialmente, através do seu efeito profiláctico de educação para o consumo e a cidadania? O que é que mudou no consumo? É apenas a falta de dinheiro e de crédito que impõem uma mudança de atitude pontual ou assistimos a uma alteração profunda do estilo de vida e dos valores que lhe estão associados?

A par da mudança de tom dos discursos oficiais, como é que evoluiu o público-alvo desta