

REPORTAGEM

Os gurus ao vivo no grande ritual do marketing

O QSP Summit reuniu 1700 pessoas numa cerimónia ritual liderada por gurus que ora pendem para a ciência, ora caem no espectáculo feito de anedotas, ideias loucas e previsões fora da caixa. Uma festa



Manuel Carvalho · 23 de Março de 2018, 7:30

194
PARTILHAS



Quem passasse pela Exponor, em Matosinhos, a meio da manhã desta quinta-feira teria a oportunidade de ver durante um minuto uma plateia com mais de 1500 pessoas em silêncio, cada uma voltada para o vizinho do lado, olhos nos olhos, com as mãos nos ombros do próximo. Não, na grande sala de exposições da indústria nortenha não estava a decorrer nenhum cerimonial religioso nem nenhuma mega sessão de auto-ajuda. A tribo nacional do marketing português reuniu-se no maior evento nacional dos profissionais da área, o **QSP Summit**, e estava apenas a responder ao exercício que o guru Robert Knight lhes propusera para entenderem “a arte da comunicação – de dentro para fora”. Por breves segundos, profissionais adultos despiram-se então de preconceitos, desconfiança ou pudor e, como alunos obedientes, dedicaram-se sorridentes aos ensinamentos do mestre.

O QSP Summit é assim, uma jornada de um dia fatiada entre a ciência, a espiritualidade, a futurologia, o entretenimento, a banalidade de coisas óbvias e o deslumbramento de ideias fora da caixa. Alguns oradores vestem-se, agem e falam como professores circunspectos, outros comportam-se como pregadores evangélicos a exaltar a fé dos fiéis. Uns preferem a mensagem ao meio, outros actuam como estrelas rock, com poses extravagantes, mudanças de tom, pitadas de humor, imagens atraentes ou ideias peregrinas. Todos se servem do marketing para revelar o marketing e o futuro. As palavras-chave ou as expressões que usam são conhecidas e repetem-se ano após ano, embora com diferentes matizes e intensidade: desafio, liderança, consciência, pensamento distintivo ou divergente, disrupção, futuro, tendências...

O que leva 1700 profissionais a pagarem mais de 500 euros por um dia de conferências não é difícil de entender. Claro que o ver e ser visto (o “networking”, na gíria contemporânea) funciona. Mas o QSP Summit é um evento de sucesso porque “para as empresas e para os seus profissionais é importante estar a par das grandes tendências e das principais inovações do sector”, diz Rui Ribeiro, CEO da consultora QSP. Um exemplo: nos primórdios do evento, há uns 12 anos, falava-se de coisas estranhas, como o Facebook; hoje “o Facebook é indispensável”, diz. Antecipar o futuro é uma obrigação. Os gurus das neurociências, das ideias disruptivas, os autores dos clássicos contemporâneos da comunicação e do marketing passam pelo Porto para a satisfazer.

Será que vale a pena? Nas conversas de corredor ou nas opiniões auscultadas pelo PÚBLICO, as opiniões variaram entre o sim e um ou outro talvez. Perceber que no mundo moderno a importância da inteligência emocional vale mais que a inteligência pura ou as técnicas, como determinou o neurocientista [Daniel Goleman](#), ajuda. Registrar que, como notou Tamara McCleary, líder de uma agência de consultoria, entre 2011 e 2018 o número de ferramentas tecnológicas para o marketing aumentou de 150 para 5000, também. E saber que no mundo há mais smartphones que escovas de dentes, ou que há ideias loucas como incrustar uma orelha artificial no braço equipada com Bluetooth, sempre dá para esboçar um sorriso. Entre coisas muito sérias, coisas óbvias e um par de horas de boa disposição, o QSP dá para tudo.