

PUBLICIDADE MAIS HUMANIZADA: UMA ANÁLISE DAS PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS DOS ALUNOS NA DISCIPLINA DE ÉTICA E LEGISLAÇÃO PUBLICITÁRIA NO SEMESTRE 2019.2

XXVIII Encontro de Iniciação à Docência

Wesley Bernardo da Silva, Silvia Helena Belmino Freitas

A ética na área da publicidade e propaganda ocupa um importante papel na produção de campanhas com intuito de estimular uma sociedade mais justa e mais humanizada no consumo de produtos, serviços ou ideias. Sabemos que ao divulgar produtos e/ou ideias de forma íntegra, sem ferir as diferentes identidades dos variados grupos que compõem nossa sociedade, agimos de forma ética e responsável. Nesse sentido, a formação do profissional em publicidade precisa de reflexões sobre a prática mercadológica e a importância do exercício da ética. No curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, da Universidade Federal do Ceará(UFC) os alunos que participaram da disciplina de Ética e Legislação Publicitária realizaram vídeos sobre o movimento LGBTQIA+ com profissionais, entidades de classe e ongs para compreender como o mercado trata o grupo na condição de consumidores e como profissionais da área. O presente trabalho busca compreender a percepção dos alunos participantes da referida disciplina acerca dos temas abordados em sala através da análise de vídeos produzidos por estes. Os objetivos do trabalho são analisar a construção dos vídeos realizados pelos alunos acerca da ética na publicidade e analisar a percepção destes acerca do tema proposto. A metodologia utilizada foi a análise de conteúdo dos cinco vídeos produzidos pelas equipes. Com base nas categorias encontradas podemos aferir como os textos apresentados na disciplina são contemplados nos trabalhos dos alunos. Como resultados espera-se que os vídeos abordem os temas e os personagens de forma igualitária, sem objetificação das minorias, sem estereótipos negativos e, de certa forma, celebrem estes grupos. Sendo assim, espera-se também vídeos bem construídos e que demonstrem a apreensão da importância da ética na área da publicidade e propaganda por partes dos alunos para que eles ao exercerem suas atividades no mundo do trabalho realizem produções respeitadas e democráticas.

Palavras-chave: PUBLICIDADE. ÉTICA. PUBLICIDADE HUMANIZADA. FORMAÇÃO.