

A ÉTICA PROFISSIONAL EM DEBATE POR MEIO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS

XXXI Encontro de Iniciação à Docência

Mateus Chagas dos Santos, Raquel Lima de Almeida, Glicia Maria Pontes Bezerra

A disciplina de Ética e Legislação Publicitária é responsável por apresentar aos estudantes discussões relativas às noções de moral e ética na área, sendo uma etapa importante para o fomento do pensamento crítico. Uma das principais formas de avaliação são seminários em que as equipes apresentam temas baseados em textos propostos. Nestes, os discentes assumem um papel ativo nas trocas de saberes, gerando diferentes visões que convergem sobre o mesmo material de leitura, enriquecendo as aulas com exemplos que promovem a interação da turma. Objetivou-se apurar e analisar os exemplos usados nas apresentações, buscando assim assimilar o que os alunos entendem como situações relevantes nas atuais discussões sobre cada tema proposto. A metodologia tratou-se de uma análise qualitativa dos exemplos usados no semestre 2022.1, com acompanhamento das equipes durante a criação dos seminários, observando as tendências que guiam as escolhas das campanhas usadas. Junto da professora-orientadora, observamos a recepção do restante da turma aos exemplos abordados e apuramos se eram de conhecimento comum, se traziam dados atualizados e um olhar crítico ao debate. Resultados observados numa primeira análise incluem: o constante uso de propagandas antigas, com os discentes usando-as em comparações ou em linhas do tempo das mudanças na publicidade; o uso de séries de ficção e documentários que tangenciam o tema; a atenção ao papel dos influencers na publicidade; e a visão globalizada de publicidade. Podemos concluir que os discentes da disciplina trazem para o debate de ética na publicidade assuntos que os impactam no cotidiano, não vendo os exemplos somente como estudantes, mas se observando integrados dentro das dinâmicas de consumo e das reflexões trazidas na bibliografia. Portanto, apresentam campanhas que os afetam, assuntos que chamam sua atenção e campanhas antigas que despertam seus interesses na história da comunicação publicitária.

Palavras-chave: ÉTICA. DIDÁTICA. PUBLICIDADE.