

# 40 ANOS DA AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA NO BRASIL: MUDANÇAS HISTÓRICAS E NOVOS DESAFIOS PARA A REGULAÇÃO DA PROPAGANDA

XXXV Encontro de Iniciação Científica

Ana Carolina Pontes Morales, Wesley Bernardo da Silva, Glicia Maria Pontes Bezerra

O Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária (CBARP) foi aprovado em 1978 durante o III Congresso Brasileiro de Publicidade, e apresentou-se como contraponto às iniciativas que defendiam a imposição de limites à publicidade, por meio de uma fiscalização dos anúncios. Em 1980, o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) foi fundado e passou a gerenciar o CBARP. É fundamental compreender as contribuições, o impacto e os limites da autorregulamentação publicitária brasileira ao longo de quase quarenta anos. O objetivo desta pesquisa é investigar as discussões enfrentadas pelo setor publicitário no decorrer da sua história recente para identificar as posições tomadas pelos agentes do meio publicitário em diversas situações, além de analisar de que forma o código tem sido adaptado às novas demandas sociais, bem como aos novos formatos de publicidade e de comunicação mercadológica resultantes das transformações culturais e tecnológicas provocadas pela convergência midiática. Logo, a relevância deste trabalho está na possibilidade de avançar em relação à compreensão do papel da publicidade e do setor publicitário no Brasil, investigando as disputas em torno da regulação da publicidade no país. A pesquisa tem caráter teórico-metodológico, e interessa, sobretudo, investigar as estratégias discursivas relacionadas à autorregulamentação publicitária no Brasil, as quais estão inseridas dentro de um quadro amplo de práticas discursivas e sociais. Além de entrevistas, a pesquisa consistirá no acompanhamento e sistematização dos últimos dois anos do *Jornal Meio & Mensagem* e do *Jornal Folha de São Paulo*, com o objetivo de compreender fatos recentes relativos à regulação da publicidade brasileira. A pesquisa ainda está em fase inicial e cumprirá um importante papel, indo além do discurso oficial da entidade responsável e expressando as diversas vozes existentes neste debate.

Palavras-chave: Autorregulamentação. CONAR. Publicidade.