



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo	Campus Goiabeiras		
Curso: Publicidade e Propaganda			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): 18/06/2018			
Docente Responsável: Maria Nazareth Bis Pirola			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4587127H2			
Disciplina: Legislação em Comunicação			Código: COS 04835
Pré-requisito:	Não consta		Carga Horária Semestral: 60h
Créditos: 4	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	60h		
EMENTA			
Estudo da legislação vigente e aplicável em matéria de publicidade. Códigos deontológicos ligados à atividade do profissional de publicidade e propaganda. Apreciação das mensagens publicitárias ante seus reflexos positivos ou negativos em relação a pessoas, grupos sociais e públicos em geral. Comprometimento ético do profissional de publicidade e propaganda.			
OBJETIVOS			
<ul style="list-style-type: none">• Conhecer as leis que regem a atividade e profissão publicitária;• Conhecer os órgãos reguladores da atividade publicitária;• Entender as interfaces legislativas da atividade publicitária;• Analisar criticamente peças e práticas publicitárias à luz da legislação;• Posicionar-se de forma ética sobre o exercício da profissão.			
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO			
UNIDADE I – CONTEXTO E REGULAMENTAÇÃO DA PROFISSÃO PUBLICITÁRIA <ul style="list-style-type: none">• A Comunicação Social e a Publicidade na Constituição Federal• Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, de Outubro de 1957• Lei Nº 4.680, de 18 de Junho de 1965• Decreto Nº 57.690, de 01 de Fevereiro de 1966• Decreto nº 2.262, de 26 de junho de 1997• Decreto nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002			

UNIDADE II – O CENP E AS NORMAS-PADRÃO

- O Conselho Executivo das Normas- Padrão
- As Normas- Padrão da Atividade Publicitária

UNIDADE III – O CONAR

- O Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária

UNIDADE IV - PUBLICIDADE E INTERFACES LEGISLATIVAS

- Lei Nº 8.078 de 11 de Setembro de 1990 - Direitos do consumidor referentes à publicidade comercial
- Código de Defesa do Consumidor
- Lei Nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 - Direitos autorais e de personalidade
- Lei Nº 8.666 de 21 de Junho de 1993; Lei Nº 12.232, de 29 de abril de 2010 - Licitações e contratos da administração pública
- Lei Nº 5.768 de 20 de dezembro de 1971 - Legislação sobre prêmios, sorteios, concurso, vale-brindes
- Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996 - Propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas

UNIDADE V – PUBLICIDADE DE ALIMENTOS E PUBLICIDADE INFANTIL

- Contexto legislativo da publicidade de alimentos
- Estatuto da Criança e do Adolescente
- Cartilha Legislativa da Publicidade Infantil

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BRASIL. **Código de Proteção e Defesa do Consumidor** (1990). Código de proteção e defesa do consumidor e legislação correlata. – 5. ed. – Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2012. 106 p.

CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO. **Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965**. Disponível em: <<http://www.cenp.com.br/documento/doc-lei-4680>>. Acesso em: 14 junho 2018.

_____. **Lei nº 8.666 de 21 de Junho de 1993**. Disponível em: <<http://www.cenp.com.br/documento/doc-lei-4680>>. Acesso em: 14 junho 2018.

_____. **Lei nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998**. Disponível em: <<http://www.cenp.com.br/documento/doc-lei-4680>>. Acesso em: 14 junho 2018.

_____. **Decreto nº 57.690 de 01 de Fevereiro de 1966**. Disponível em: <<http://www.cenp.com.br/documento/doc-lei-4680>>. Acesso em: 14 junho 2018.

_____. **Decreto nº 4.563 de 31 de dezembro de 2002**. Disponível em: <<http://www.cenp.com.br/documento/doc-lei-4680>>. Acesso em: 14 junho 2018.

_____. **Normas- Padrão da Atividade Publicitária**. Disponível em: <<http://www.cenp.com.br/documento/doc-lei-4680>>. Acesso em: 14 junho 2018.

CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA. **Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária. Códigos e Anexos**. Disponível em: <<http://www.conar.org.br/>>. Acesso em: 14 junho 2018.

CENTRO DE DEFESA DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE. **Eca 2017:** Estatuto da Criança e do Adolescente, 2017. Disponível em: <http://www.chegadetrabalhoinfantil.org.br/wp-content/uploads/2017/06/LivroECA_2017_v05_INTERNET.pdf> Acesso em: 14 junho 2018.

GUEDES, Brenda Lyra. Publicidade e Infância. In: BEZERRA, Beatriz Braga; GUEDES, Brenda Lyra; COSTA, Sílvia Almeida da. **Publicidade e Consumo:** entretenimento, infância, mídias sociais. Recife: Editora UFPE, 2016.

INSTITUTO ALANA. **Caderno Legislativo Publicidade Infantil:** análise dos projetos de lei em tramitação no Congresso Nacional. 2016. Disponível em: <http://criancaconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/02/caderno_legislativo.pdf> Acesso em 14 junho 2018

HENRIQUES, Isabella; VIVARTA, Veet (Orgs). **Autorregulação da publicidade infantil no Brasil e no mundo.** São Paulo: Editora Verbatim: Instituto Alana, 2017.

LUPETTI, Marcélia. **Administração em Publicidade:** a verdadeira alma do negócio. São Paulo, Pioneira Thomson Learning, 2003, p. 179-190.

MINI CONSTITUIÇÃO FEDERAL, 1.ed., Indaiatuba, São Paulo: Foco Jurídico, 2017.

PLANALTO. **Lei nº 5.768 de 20 de dezembro de 1971.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5768.htm> Acesso em: 14 junho 2018.

_____. **Lei nº 9.294 de 15 de julho de 1996.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9294.htm> Acesso em: 14 junho 2018.

SCHULTZ, Roberto. **O publicitário legal:** alguns toques, sem juridiquês, sobre o direito da publicidade no Brasil. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO. **Código de Ética dos Profissionais da Propaganda de Outubro de 1957.** Disponível em: <<http://www.cenp.com.br/documento/doc-lei-4680>>. Acesso em: 14 junho 2018.

NERY JÚNIOR, Nelson; NERY, Rosa Maria de Andrade. **Constituição Federal Comentada e legislação constitucional.** São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2006.

PIROLA, Maria Nazareth; REBOUÇAS, José Edgard; SOUZA, Flávia Mayer dos Santos. **Desafios das pesquisas em comunicação e saúde frente às estratégias mercadológicas das indústrias midiáticas e de alimentos.** XIV Congresso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), 2018.

PLANALTO. **Código Civil.** Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/110406.htm>. Acesso em: 14 junho 2018.

_____. PLANALTO. **Lei Nº 12.232, de 29 de abril de 2010.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2010/lei/112232.htm>. Acesso em 14 junho de 2018.

REBOUÇAS, E. **Os desafios para a regulamentação da publicidade destinada a crianças e adolescentes:** soluções canadenses e reticências à brasileira. Intercom (São Paulo. Impresso), v. 31, p. 75-97, 2008.

METODOLOGIA

Os métodos utilizados são: aula expositiva e dialogada; leitura de textos e leis; estudos de caso; debate. Os recursos técnicos são: computador com acesso à internet, data show; quadro e pincel.

CRITÉRIOS/ PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

As avaliações serão feitas em 2 (duas) modalidades, com peso 1 em cada uma delas.

A) Leitura e debate sobre as leis; leitura de textos e estudos de casos; estudo de peças, mensagens e práticas publicitárias – 10 pontos

B) Seminários temáticos – 10 pontos

A nota final será a média das 2 (duas) modalidades de avaliação. Será considerado aprovado o aluno que obtiver média igual ou superior a 7,0 (sete). Caso o aluno não alcance a média 7,0 (sete), será aplicada uma prova de recuperação com todo o conteúdo programático da disciplina. Conforme regimento da UFES, após prova final, será considerado aprovado o aluno que obtiver média igual ou superior a 5,0 (cinco).

Frequência: para aprovação, o aluno deverá cumprir, ainda, 75% de frequência às aulas, conforme legislação em vigor para os cursos presenciais.

CRONOGRAMA

Aula 1 – 02/08 – Unidade 1

09/08 – Evento PUC/SP – Jornada de Pesquisas na Pós-Graduação com embasamento da teoria Semiótica

Aula 2 – 16/08 - Unidade 1

Aula 3 – 23/08 – Unidade 1

Aula 4 – 30/08 – Unidade 2

Aula 5 – 06/09 – Unidade 2

Aula 6 – 13/09 – Unidade 3

Aula 7 – 20/09 – Unidade 3

Aula 8 – 27/09 – Unidade 3

Aula 9 – 04/10 – Unidade 4

Aula 10 – 11/10 – Unidade 4

Aula 11 – 18/10 – Unidade 5

Aula 12 – 25/10 – Unidade 5

Aula 13 – 01/11 – Unidade 5

Aula 14 – 08/11 – Avaliação Seminários Temáticos – 10 pontos

Aula 15 – 15/11 – Avaliação Seminários Temáticos – 10 pontos

22/11 – Prova Final

Professor: Maria Nazareth Bis Pirola – n.pirola@uol.com.br