



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

Programa de Disciplina			
Universidade Federal do Espírito Santo	Campus Goiabeiras		
Curso: Publicidade e Propaganda			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91):			
Docente Responsável: Marialina Côgo Antolini			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K468089717			
Disciplina: Legislação em Comunicação			Código: COS 04835
Pré-requisito:		Carga Horária Semestral: 60h	
Créditos	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	50h	10h	00h
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 de publicitárias ante seus reflexos positivos ou negativos em relação a pessoas, grupos sociais e público em geral. Comprometimento ético do profissional de publicidade e propaganda.			
Objetivos: Conhecer os mecanismos legais que envolvem a atividade da publicidade e da propaganda. Analisar casos de desrespeito à ética profissional. Desenvolver um espírito crítico em relação à atividade profissional			

Conteúdo Programático
Unidade 1: Conceitos teóricos <ul style="list-style-type: none">1.1 Conceito de regulamentação e regulação1.2 Regulamentação específica<ul style="list-style-type: none">1.2.1 Constituição1.2.2 Regulamentação da profissão1.2.3 Regulamentação de publicidade de bebidas, fumo e medicamentos

1.3 Regulamentação não específica

1.3.1 Código Penal

1.3.2 Código de Defesa do Consumidor

1.3.3 Estatuto da Infância e Juventude

1.4 Legislação de outros países

UNIDADE 2: Ética profissional em publicidade

2.1 Conceitos de moral, ética e deontologia

2.2 Código deontológico de empresas de publicidade (Conar)

2.3 Estudo de casos

Metodologia: Aulas expositivas como estímulo ao debate e ao pensamento crítico/analítico. Desenvolvimento de trabalhos a partir dos conteúdos e temas debatidos em aula. Leitura da bibliografia e textos legais. Estudos de caso.

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

Nota 1 - Apresentação de seminários (valor: 4 pontos)

Nota 2 - Entrega de Artigo (valor: 4 pontos)

Nota 3 - Participação nos debates em sala de aula (valor: 2 ponto)

Bibliografia básica:

BITELLI, Marcos Alberto Sant'Anna (Org.). Coletânea de legislação de comunicação social. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001.

____. O direito da comunicação e da comunicação social. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

BRASIL. Constituição: República Federativa. Brasília: Senado Federal, 1988.

MARTINS, Luiz. Os sete matizes da ética. Revista Intercom, São Paulo, v. 29, n. 2, p. 89-101, jul./dez. 2006.

REBOUÇAS, Edgard; MARTINS, Mariana. Evolução da regulamentação da mídia eletrônica no Brasil. Communication

Studies, n. 2, Beira (Portugal), UBI, dez. 2007.

Bibliografia complementar:

ARAÚJO, Luiz Alberto David. A proteção constitucional da própria imagem: pessoa física, pessoa jurídica e produto. Belo Horizonte: Del Rey, 1996.

BERTRAND, Claude-Jean. A deontologia das mídias. Bauru: Edusc, 1999.

____. O arsenal da democracia: sistemas de responsabilização da mídia. Bauru: Edusc, 2002.

BITELLI, Marcos Alberto Sant'Anna (Coor.). Comunicação social. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

____. O direito da comunicação e da comunicação social. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

BRASIL. Constituição: República Federativa. Brasília: Senado Federal, 1988.

CENEVIVA, Walter. Publicidade e direito do consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1991.

CHAGAS, Claudia; ROMÃO, José Eduardo; LEAL, Sayonara (Org.). Classificação indicativa no Brasil. Brasília: MJ, 2006.

COSTELLA, Antônio F. Legislação da Comunicação Social. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2002.
ESTEVES, João Pissarra. A ética da comunicação e os media modernos: legitimidade e poder nas sociedades complexas. 2. ed., Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

FULLERTON, Jami A., KENDRICK, Alice; MCKINNON, Lori Melton. Advertising Ethics: Student Attitudes and Behavioral Intent. Journalism & Mass Communication Educator, v. 68, n. 1, p. 33-49, Jan. 2013.

MARTINS, Luiz. Os sete matizes da ética. Revista Intercom, São Paulo, v. 29, n. 2, p. 89-101, jul./dez. 2006.

MOEMBERGER, Noemi Friske. A publicidade dirigida às crianças e adolescentes, regulamentações e restrições. São Paulo: Memória Jurídica, 2002.

PLAISANCE, Patrick L. Ética na comunicação: princípios para uma prática responsável. Porto Alegre: Penso, 2011.

REBOUÇAS, Edgard. Os desafios para a regulamentação da publicidade destinada a crianças e adolescentes: soluções canadenses e reticências à brasileira. Revista Intercom, v. 31, n. 2, São Paulo, jul-dez. 2008, p. 75-97.

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

Sites para consultas e cadastro:

Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária – www.conar.org.br

Criança e Consumo – www.criancaconsumo.org.br

Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – www.fndc.org.br

Frente pela Regulamentação da Publicidade de Alimentos – <http://regulacaoalimentos.blogspot.com.br>

Observatório da Mídia – www.observatoriodamidia.ufes.br

Revista Meio & Mensagem – www.mmonline.com.br

Cronograma:

09/03 - Aula 1: Apresentação do Programa da disciplina. Divisão dos Seminários. Aula: O que é comunicação?

16/03 - Aula 2: Regulamentação e regulação: conceitos.

23/03 - Aula 3: A comunicação e os marcos regulatórios.

30/03 - Feriado

06/04 - Aula 4: Regulamentação específica - Constituição

13/04 - Aula 5: Regulamentação específica - Regulamentação da profissão e de publicidade de bebidas, fumo e medicamentos

20/04 - Aula 6: Regulamentação não específica - Código penal, código de defesa do consumidor, Estatuto da Criança e do Adolescente

27/04 - Aula 7: Regulamentação não específica - Código penal, código de defesa do consumidor, Estatuto da Criança e do Adolescente (Cont.)

04/05 - Aula 8: Legislação em outros países.

11/05 - Aula 9: Legislação em outros países (Cont.).

18/05 - Aula 10: Conceituando - moral, ética e deontologia

25/05 - Aula 11: Código deontológico das empresas de publicidade (Conar)

1º/06 - Aula 12: Estudo de Caso

08/06 - Aula 13: Estudo de Caso

15/06 - Aula 14: Estudo de Caso

22/06 - Aula 15: Estudo de Caso

29/06 - Aula 16: Divulgação das notas.

06/07 - Aula 17: Aula reserva.

13/07 – Prova Final.

Professora: Marialina Côgo Antolini - marialina.antolini@gmail.com