



Universidade Federal do Espírito Santo
Centro de Artes – Departamento de Comunicação Social
Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda

2015/02

PROGRAMA DE DISCIPLINA

COS 04835

LEGISLAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (PUBLICIDADE)

5º período

Carga Horária Total
60h

Créditos
04

Distribuição da Carga Horária Semanal

Teoria

Exercício

Laboratório

Turma: **01**

4h

0h

0h

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

1.1 Conceito de regulamentação e regulação

1.2 Leis específicas

1.2.1 Constituição

1.2.2 Regulamentação da profissão

1.2.3 Regulamentação de publicidade de bebidas, fumo e medicamentos

1.3 Leis não específicas

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

1.4.1 Estados Unidos

1.4.2 Canadá

1.4.3 França

1.4.4 Inglaterra

UNIDADE 2: Ética profissional em publicidade

2.1 Conceitos de moral, ética e deontologia

2.2 Código deontológico das empresas de publicidade (Conar)

2.3 Estudo de casos

2.3.1 Nacionais e locais

2.3.2 Internacionais

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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.

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

ARAUJO, 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.
BRASIL. **Constituição**: República Federativa. Brasília: Senado Federal, 1988.
CHAGAS, Claudia; ROMÃO, José Eduardo; LEAL, Sayonara (Org.). **Classificação indicativa no Brasil**. Brasília: MJ, 2006.
COSTELLA, António F. **Legislação da Comunicação Social**. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2002.
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.

Sites para consultas e cadastro:
Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária – www.conar.org.br
Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – www.fndc.org.br
Observatório da Mídia – www.ufes.br/observatoriodamidia
Revista Meio & Mensagem – www.mmonline.com.br

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

Prova escrita / Participação / Apresentação de seminários / Redação de artigos

PROFESSOR: **Edgard Rebouças** - edgard.reboucas@ufes.br.

Atendimentos extra-classe poderão ser agendados via email diretamente com o professor.