



## PROGRAMA DE DISCIPLINA

<b>Disciplina:</b> LEGISLAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (Publicidade)			
<b>Código:</b> COS04835	<b>Carga Horária semestral:</b> 60h	<b>Créditos:</b> 04	<b>Ano/Semestre:</b> 2017/2
<b>Professor:</b> Edgard Rebouças			
<b>EMENTA:</b> 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.			
<b>OBJETIVOS:</b> 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		<b>METODOLOGIA:</b> Aulas expositivas e dialogadas Leitura de textos legais Leitura de bibliografia Estudos de casos Apresentação de seminários	
<b>PROGRAMA:</b> <b>Unidade 1: Conceitos teóricos</b> 1.1 Conceito de regulamentação e regulação 1.2 Regulamentação específica 1.2.1 Constituição 1.2.2 Regulamentação da profissão 1.2.3 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 1.4.1 Estados Unidos 1.4.2 Canadá 1.4.3 França 1.4.4 Inglaterra  <b>UNIDADE 2: Ética profissional em publicidade</b> 2.1 Conceitos de moral, ética e deontologia 2.2 Código deontológico de empresas de publicidade (Conar) 2.3 Estudo de casos 2.3.1 Nacionais e locais 2.3.2 Internacionais			
<b>ATIVIDADES DE AVALIAÇÃO:</b> Prova escrita Participação Apresentação de seminários Redação de artigos			
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</b> BITELLI, Marcos Alberto Sant'Anna (Org.). <b>Coletânea de legislação de comunicação social</b> . São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001. _____. <b>O direito da comunicação e da comunicação social</b> . São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. BRASIL. <b>Constituição</b> : República Federativa. Brasília: Senado Federal, 1988. MARTINS, Luiz. Os sete matizes da ética. <b>Revista Intercom</b> , São Paulo, v. 29, n. 2, p. 89-101, jul./dez. 2006. REBOUÇAS, Edgard; MARTINS, Mariana. Evolução da regulamentação da mídia eletrônica no Brasil. <b>Communication Studies</b> , n. 2, Beira (Portugal), UBI, dez. 2007.			
<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</b> ARAÚJO, Luiz Alberto David. <b>A proteção constitucional da própria imagem</b> : pessoa física, pessoa jurídica e produto. Belo Horizonte: Del Rey, 1996. BERTRAND, Claude-Jean. <b>A deontologia das mídias</b> . Bauru: Edusc, 1999. _____. <b>O arsenal da democracia</b> : sistemas de responsabilização da mídia. Bauru: Edusc, 2002. BITELLI, Marcos Alberto Sant'Anna (Coor.). <b>Comunicação social</b> . 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007. _____. <b>O direito da comunicação e da comunicação social</b> . São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. BRASIL. <b>Constituição</b> : República Federativa. Brasília: Senado Federal, 1988. CENEVIVA, Walter. <b>Publicidade e direito do consumidor</b> . 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](http://www.conar.org.br)  
Criança e Consumo – [www.criancaeconsumo.org.br](http://www.criancaeconsumo.org.br)  
Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – [www.fndc.org.br](http://www.fndc.org.br)  
Frente pela Regulamentação da Publicidade de Alimentos – <http://regulacaoalimentos.blogspot.com.br>  
Observatório da Mídia – [www.observatoriodamidia.ufes.br](http://www.observatoriodamidia.ufes.br)  
Revista Meio & Mensagem – [www.mmonline.com.br](http://www.mmonline.com.br)

Vitória, 18 de julho de 2017

Prof. Edgard Rebouças - 1551150