



PROGRAMA DE DISCIPLINA

Disciplina: LEGISLAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (Publicidade)			
Código: COS04835	Carga Horária semestral: 60h	Créditos: 04	Ano/Semestre: 2017/2
Professor: Edgard Rebouças			
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		METODOLOGIA: Aulas expositivas e dialogadas Leitura de textos legais Leitura de bibliografia Estudos de casos Apresentação de seminários	
PROGRAMA: Unidade 1: Conceitos teóricos 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 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 2.3.1 Nacionais e locais 2.3.2 Internacionais			
ATIVIDADES DE AVALIAÇÃO: Prova escrita Participação Apresentação de seminários Redação de artigos			
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.criancaeconsumo.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

Vitória, 18 de julho de 2017

Prof. Edgard Rebouças - 1551150