



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): Reunião do Depcom 24/04/2025			
Docente Responsável: Edgard Rebouças			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/2062758351699124			
Disciplina: Legislação em Comunicação – Publicidade e Propaganda			Código: COS04835
Pré-requisito:			Carga Horária Semestral: 60h
Créditos:	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	60		
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 Organização política do Estado Democrático 1.2 Evolução dos conceitos de regulação 1.3 Evolução dos conceitos regulamentação das comunicações 1.4 Evolução dos conceitos regulamentação da Publicidade e da Propaganda Unidade 2 – Legislação 2.1 Constituição de 1988 – Parte geral 2.2 Constituição de 1988 – Capítulo V do Título VIII 2.3 Regulamentação da profissão de publicitário 2.4 Legislações específicas da Publicidade e da Propaganda 2.4.1 Código de Defesa do Consumidor 2.4.2 Regulamentação de publicidade de bebidas, fumo e medicamentos 2.4.3 Regulamentação de propaganda político-eleitoral 2.5 Regulamentação não específica			

- 2.5.1 Código Penal
- 2.5.2 Estatuto da Infância e Juventude
- 2.6 Legislação de outros países

Unidade 3 – Ética profissional em Publicidade

- 3.1 Conceitos de moral, ética e deontologia na Publicidade e na Propaganda
- 3.2 Código deontológico de empresas de publicidade (Conar)
- 3.3 Códigos deontológicos internacionais

Unidade 4 - Estudos de casos

- 4.1 Publicidade e Propaganda nacional e internacional
- 4.2 Publicidade e Propaganda regional e local

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.
- FARIAS, Edilson. **Liberdade de expressão e comunicação**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.
- 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.
- MOORE, Roy L.. **Mass communication law and ethics**. Hillsdale (NJ): Lawrence Erlbaum, 1994.

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
- Instituto de Defesa de Consumidores – www.idec.org.br/
- Observatório da Mídia – www.observatoriodamidia.ufes.br
- Rede Nacional de Combate à Desinformação – www.rncd.org
- Revista Meio & Mensagem – www.meioemensagem.com.br

Filmes para repertório e análise:

- | | |
|--|---|
| • Cidadão Kane (Citizen Kane, 1940) | • A dieta do palhaço (Super size me, 2004) |
| • O mercador de ilusões (The hucksters, 1947) | • Obrigado por fumar (Thank you for smoking, 2005) |
| • O candidato (The candidate, 1972) | • Nação fast food (Fast food nation, 2006) |
| • Agência de assassinos (Agency, 1981) | • 99 Francos (99 Francs, 2007) |
| • Como fazer carreira em publicidade (How to get ahead in advertising, 1989) | • Alimentos S.A. (Food Inc., 2008) |
| • Muito Loucos (Crazy People, 1990) | • Consuming Kids: the commercialization of childhood (2008) |
| • Bob Roberts (1992) | • Criança, a alma do negócio (2008) |
| • Sábado (1995) | • Logorama (2009) |
| • Mera coincidência (Wag the dog, 1997) | • The greatest movie ever sold (2011) |
| • Doces poderes (1997) | • Tudo pelo poder (The Ides of March, 2011) |
| • O informante (The insider, 1999) | • No (2012) |
| • Do que as mulheres gostam (What women want, 2000) | • Muito além do peso (2012) |
| • O Comerciante - (Viktor Vogel - Commercial Man, 2001) | • A conspiração da vaca (Cowspiracy, 2014) |
| • A corporação (The Corporation, 2003) | • Fome de poder (The Founder, 2016) |
| • 1,99 – Um supermercado que vende palavras (2003) | • Air: A História por trás do logo (Air, 2023) |

Séries para repertório e análise:

- The persuaders (PBS, 2004)
- Mad Men (HBO, 2007)
- Black Mirror (Netflix, 2011)
- House of Cards (Netflix, 2013)
- The Crazy Ones (Amazon, 2013)

METODOLOGIA:

- Aulas expositivas e dialogadas
- Leitura de textos conceituais e legais

- Acompanhamento de vídeos e conteúdos publicitários online
- Estudos de casos

CRITÉRIOS/ PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

- Trabalhos individuais e em grupo
- Participação ativa
- Apresentação de seminários
- Redação de artigos
- Exercícios

CRONOGRAMA:

O cronograma abaixo pode passar por alterações, a depender do andamento das aulas

24 Abr. – Apresentação da disciplina e do professor

8 Mai. – Os conceitos de regulação e A organização política do Estado Democrático

15 Mai. – A Constituição de 1988 – Parte geral

22 Mai. – A Constituição de 1988 – Parte específica de Comunicação

29 Mai. – A Constituição de 1988 – Parte específica de Comunicação

5 Jun. – A regulamentação da profissional de Publicidade

12 Jun. – As regulamentações específicas da Publicidade e da Propaganda (CDC, Eleitoral e de Bebidas, Fumo e Medicamentos)

26 Jun. – Avaliação

3 Jul. – Os conceitos de moral, ética e deontologia na Publicidade e na Propaganda

10 Jul. – O Código deontológico da publicidade brasileira

24 Jul. – O Código deontológico de empresas de publicidade (Conar)

31 Jul. – Códigos deontológicos internacionais da publicidade

7 Ago. - Estudo de casos

14 Ago. – Avaliação

21 Ago. – Divulgação dos resultados semestrais e revisão para Prova Final

28 Ago. – Prova Final

4 Set. – Congresso da Intercom - Vitória

Professor: Edgard Rebouças **Email:** Edgard.reboucas@ufes.br