



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): 02/03/2026			
Docente Responsável: Hugo Katsuo Othuki Okabayashi			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: https://lattes.cnpq.br/3485335067479420			
Disciplina: LEGISLAÇÃO EM COMUNICAÇÃO			Código: COS 04835
Pré-requisito:	Não possui	Carga Horária Semestral: 60h	
Créditos	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	60h	0	0
Ementa: Lei de imprensa, legislação de telecomunicações. Instituições dedicadas à regulamentação da comunicação. Delitos, contravenções, crimes. Responsabilidade, reparação por dano moral, multas, detenção. A Constituição Brasileira. O Estado Democrático de Direito. Os direitos humanos. A proteção dos direitos humanos na ordem brasileira. Leis especiais. O direito à informação e o direito de comunicar. Legislação em Jornalismo e em Publicidade e Propaganda.			
Objetivos Específicos: 1. Compreender os debates sobre o tema da ética de forma ampla; 2. Entender sobre o processo de regulamentação da publicidade tal como o debate ético específico da comunicação; 3. Estudar sobre a CONAR. Objetivo principal: Compreender as implicações legais e éticas da atividade publicitária.			

Conteúdo Programático

Unidade 1 - A ética

1.1. Compreender de que forma o debate sobre a ética se estrutura em diversos campos do conhecimento, tal como suas implicações nas leituras sobre a Constituição de 1988.

Unidade 2 - Regulamentação e Ética

2.1. Compreender os processos e as implicações da regulamentação da publicidade em diálogo com os debates éticos dentro do campo da comunicação.

Unidade 3 - CONAR

3.1. Estudar a CONAR.

Metodologia: As aulas serão de caráter expositivo e teórico com debates, havendo algumas aulas onde serão exibidos filmes para construir uma discussão sobre os temas propostos anteriormente.

Recursos: lousa, data show, computador, textos didáticos, materiais audiovisuais em diferentes formatos.

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

I - Participação em aula (1 ponto); II - Prova Teórica (4 pontos); III - Seminário (5 pontos).

Ao final do período, os alunos que não alcançarem a média para serem aprovados, farão uma prova final teórica abrangendo todo o conteúdo da disciplina.

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.

Cronograma:

Unidade 1:

AULA 1 (19/03) - Apresentação

AULA 2 (26/03) - A Ética (parte 1)

AULA 3 (02/04) - A Ética (parte 2)

AULA 4 (09/04) - FILME + DEBATE

AULA 5 (16/04) - A Constituição de 1988 (parte 1)

AULA 6 (23/04) - A Constituição de 1988 (parte 2)

Unidade 2:

AULA 7 (30/04) - A regulamentação da Publicidade (parte 1)

AULA 8 (07/05) - A regulamentação da Publicidade (parte 2)

AULA 9 (14/05) - A Ética na Comunicação (parte 1)

AULA 10 (21/05) - A Ética na Comunicação (parte 2)

AULA 11 (28/05) - FILME + DEBATE

04/06 - FERIADO

Unidade 3:

AULA 12 (11/06) - CONAR (parte 1)

AULA 13 (18/06) - CONAR (parte 2)

AULA 14 (25/06) - Seminário (parte 1)

AULA 15 (02/07) - Seminário (parte 2)

AULA 16 (09/07) - V.S.