



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE ARTES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

## Plano de Ensino

<b>Universidade Federal do Espírito Santo</b>	Campus Goiabeiras		
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda			
<b>Departamento Responsável:</b> Comunicação Social			
<b>Data de Aprovação (Art. nº91):</b> 16/03/2023			
<b>Docente Responsável:</b> Leonardo Andrada de Mello			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/9578620391801568">http://lattes.cnpq.br/9578620391801568</a>			
<b>Disciplina:</b> LEGISLAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – Publicidade e Propaganda			<b>Código:</b> COS 04835
<b>Pré-requisito:</b>	Não possui		<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h
<b>Créditos</b>	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	40	20	
<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> <ul style="list-style-type: none"><li>● Conhecer os mecanismos legais que envolvem a atividade da comunicação</li><li>● Analisar casos de desrespeito à ética profissional</li><li>● Desenvolver um espírito crítico em relação à atividade profissional</li><li>● Discutir as implicações sociais e políticas da prática da comunicação e sua normatização.</li><li>● Levantar questões éticas a partir da análise do fazer profissional.</li></ul>			

### 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 Regulamentação da profissão de publicitário
- 2.2 Legislações específicas da Publicidade e da Propaganda
  - 2.2.1 Código de Defesa do Consumidor
  - 2.2.2 Regulamentação de publicidade de bebidas, fumo e medicamentos
  - 2.2.3 Regulamentação de propaganda político-eleitoral
  - 2.2.4 Regulação de Publicidade Médica
- 2.5 Regulamentação não específica
  - 2.5.1 Código Penal
  - 2.5.2 Estatuto da Infância e Juventude
  - 2.5.3 Direito de Imagem e Direitos autorais

#### 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)

#### Unidade 4 — A questão dos Direitos Humanos: Estudos de casos

- 4.1 Publicidade e Propaganda e Direitos Humanos

#### **Metodologia:**

- Aulas expositivas, dialogadas e interativas
- Leitura de textos conceituais e legais
- Estudos de casos e debates
- Apresentação de seminários

#### **Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:**

- Produção textual a partir dos debates em sala de aula – 2x 1 ponto.
- Apresentação de seminários (2x) – 4 cada .

#### **Bibliografia básica:**

- VALENTE, J.. Por que regular os meios de comunicação? In: **Regulação democrática dos meios de comunicação**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2013.
- LOPES, M. C.; FABRIS, E. H. Norma, normação, normalização, normatização e normalidade. In: **Inclusão & Educação**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016
- LYON, D. Cultura da vigilância: envolvimento, exposição e ética na modernidade digital. In: BRUNO, F. et al. (orgs.). **Tecnopolíticas da Vigilância: perspectivas da margem**. São Paulo: Boitempo, 2018.
- ROSA, R. A. G.. **Regulação da radiodifusão: controle social versus desregulamentação**. Brasília: Senado federal, 2008.
- ALVES, Fabrício Germano. Greenwashing e sua configuração como publicidade enganosa e abusiva sob a perspectiva do microsistema de proteção e defesa do consumidor. **Revista Thesis Juris**, v. 9, n. 1, 2020
- FRAZÃO, A.; OLIVA, M. D.; ABILIO, V. S.. Compliance de dados pessoais. In: **A lei geral de proteção de dados pessoais e suas repercussões no direito brasileiro**. São Paulo: THOMSON REUTERS, 2019.
- CORNU, D.. **Da deontologia do jornalismo à ética da informação**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2021
- BARBOSA, Sílvio Henrique Vieira Barbosa. Escola Base e Imprensa o Jornalismo no Banco dos Réus. **ESPM**. nov., 2014
- SANTOS, Boaventura de Sousa. Direitos humanos: o desafio da interculturalidade. **Revista Direitos Humanos**, jun. 2009.
- MARTINS, L. Os sete matizes da ética. **Intercom** - Revista brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo,

### **Bibliografia complementar:**

- ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.
- BERTRAND, Claude-Jean. **A deontologia das mídias**. Bauru: Edusc, 1999.
- . **O arsenal da democracia: sistemas de responsabilização da mídia**. Bauru: Edusc, 2002.
- BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- CORNU, Daniel. **Ética da informação**. Bauru: Edusc, 1998.
- FARIAS, Edilson. **Liberdade de expressão e comunicação**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.
- FENAJ (Org.). **Formação superior em jornalismo: uma experiência que interessa à sociedade**. Florianópolis: UFSC, 2002.
- FOUCAULT, Michel. *Ética, Sexualidade, Política*. Trad. Elisa Monteiro e Inês A. D. Barbosa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012. (col. Ditos & Escritos).
- GALDELMAN, Henrique. **De Gutenberg à internet: direitos autorais na era digital**. 4. ed., Rio de Janeiro: Record, 2001.
- GOODWIN, H. Eugene. **Procura-se ética no jornalismo**. Rio de Janeiro: Nórdica, 1993.
- LIMA, Venício A.. **Liberdade de Expressão X Liberdade de Imprensa**. 2. ed., São Paulo: Publisher, 2012.
- LIMA, Venício A.. **Cultura do silêncio e democracia no Brasil: ensaios em defesa da liberdade de expressão (1980-2015)**. Brasília: EdUnB, 2015.
- MEDINA, Cremilda. **Profissão jornalista: responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Forense, 1982.
- PLAISANCE, Patrick L. **Ética na comunicação: princípios para uma prática responsável**. Porto Alegre: Penso, 2011.
- MOEMBERGER, Noemi Friske. **A publicidade dirigida às crianças e adolescentes, regulamentações e restrições**. São Paulo: Memória Jurídica, 2002.
- SCHULTZ, Roberto. **O publicitário legal: alguns toques, sem juridiquês, sobre o direito da publicidade no Brasil**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005

### **Cronograma:**

**Aula 1 - 21/03/2023:** Apresentação da Turma, ementa e conteúdo programático

**Aula 2 - 28/03/2023:** A comunicação como bem público e a necessidade de regulação. Texto de referência: "Por que regular os meios de comunicação?" (VALENTE, 2013).

**Aula 3 - 04/04/2023:** Conceitos de legislação, normatização e ética. Texto de referência: "Norma, normação, normalização, normatização e normalidade" (LOPES; FABRIS, 2016).

**Aula 4 - 11/04/2023:** "Capitalismo de Vigilância" e os desafios do mundo "plataformizado". Texto de referência: "Cultura da Vigilância" (LYON, 2018).

**Aula 5 - 18/04/2023:** Legislação Brasileira e a regulamentação dos meios de comunicação. Texto de referência: "Regulação da radiodifusão" (ROSA, 2008).

**Aula 6 - 25/04/2023:** Legislações específicas da Publicidade e da Propaganda: Código de Defesa do Consumidor, publicidade de bebidas, fumo e medicamentos, propaganda político-eleitoral. Texto de referência: "Greenwashing e sua configuração como publicidade enganosa e abusiva sob a perspectiva do microsistema de proteção e defesa do consumidor" (ALVES, 2020)

**Aula 7 - 02/05/2023:** Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Marco Civil da Internet e Lei de acesso à informação. Texto de referência: "Compliance de dados pessoais" (FRAZÃO, OLIVA, ABILIO, 2019).

**Aula 8 - 09/05/2023:** Seminários Legislações aplicadas às práticas comunicacionais (parte 1):

Exercício de apresentação em sala de aula - Apresentar brevemente a legislação a respeito e debater as

implicações no exercício da profissão: Estatuto da Infância e Juventude, Direito de Imagem, Difamação, calúnia e injúria, Direitos autorais, Direito ao Esquecimento (direito à vida privada), Lei Rouanet, Lei do Audiovisual.

**Aula 09 - 16/05/2023:** Seminários Legislações aplicadas às práticas comunicacionais (parte 2)

**Aula 10 - 23/05/2023:** Conar e Código de Autorregulação Publicitária. Texto de referência: "Código brasileiro de auto-regulamentação publicitária" (CONAR, 2021).

**Aula 11 - 30/05/2023:** A Associação dos Profissionais de Propaganda e o Código de Ética do Profissional de Propaganda. Texto de referência: "Código de Ética dos Profissionais de Propaganda" (APP, 2021).

**Aula 12 - 06/06/2023:** Declaração Universal dos Direitos Humanos e a crítica decolonial de Boaventura de Sousa Santos. Texto de referência: "Direitos humanos: o desafio da interculturalidade" (SANTOS, 2009)

**Aula 13: - 13/06/2023:** MARTINS, L. Os sete matizes da ética. **Intercom** - Revista brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, v. 29, n. 2, p. 89-101, jul./dez. 2006

**Aula 14 – 20/06/2023:** Seminários finais avaliativos, tema "Direitos Humanos e Comunicação": raça, classe, gênero, sexualidade, etarismo, imigrantes e interseccionalidades

**Aula 15 - 27/06/2023:** Seminários finais avaliativos, tema "Direitos Humanos e Comunicação": raça, classe, gênero, sexualidade, etarismo, imigrantes e interseccionalidades

**Aula 16 - 04/07/2023:** Devolutiva dos trabalhos finais.

**Aula 17 - 11/07/2023:** Atividade de recuperação final. Encerramento do semestre.