



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): 31/03/2022			
Docente Responsável: Sérgio Rodrigo Ferreira e Edgard Rebouças			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/6898076743592293 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
	40	20	
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 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

BIBLIOGRAFIA BÁSICA POR AULA

- 1 - Programa da Disciplina
- 2 - VALENTE, J.. Por que regular os meios de comunicação? In: **Regulação democrática dos meios de comunicação**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2013.
- 3 - LOPES, M. C.; FABRIS, E. H. Norma, normação, normalização, normatização e normalidade. In: **Inclusão & Educação**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.
- 4 - 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.
- 5 - ROSA, R. A. G.. **Regulação da radiodifusão: controle social versus desregulamentação**. Brasília: Senado federal, 2008.
- 6 - 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.
- 7 - 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.
- 8 e 9 - A partir do tema distribuído aos grupos.
- 10 - CONAR. **Código brasileiro de auto-regulamentação publicitária**. Disponível em <<https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/legislacao/ca2digobrasdeautoregulanovo.pdf>>. Acesso em 06 dez. 2021.
- 11 - APP. **Código de Ética dos Profissionais de Propaganda**. Disponível em <<https://appbrasil.org.br/servicos-e-manuais/codigo-de-etica/>>. Acesso em 06 dez. 2021.
- 12 - MELO, A. D.; SOUSA, H.. Ética e Regulação na Publicidade: percepções do campo profissional. **Media policy and regulation**, 2013.
- 13 - BOTELHO, J. S.. O Conar e a regulação da publicidade brasileira. **Libero**, n. 26, 2010.
- 14 - SANTOS, Boaventura de Sousa. Direitos humanos: o desafio da interculturalidade. **Revista Direitos Humanos**, jun. 2009.
- 15 e 16 - A partir do tema distribuído aos grupos.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ARAUJO, 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.
- BITELLI, Marcos Alberto Sant'Anna (Coor.). **Comunicação social**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.
- 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.
- 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; MARTINS, Mariana. Evolução da regulamentação da mídia eletrônica no Brasil. **Communication Studies**, n. 2, Beira (Portugal), UBI, dez. 2007.
- 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

Rede Nacional de Combate à Desinformação – www.rncd.org

Revista Meio & Mensagem – www.mmonline.com.br

Filmes para repertório e análise:

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

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

CRITÉRIOS/ PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

- Participação ativa nas aulas – 2 pontos.
- Apresentação de seminários – 4 cada.

CRONOGRAMA

Aula 1 – 19/04 - Apresentação da Turma, ementa e conteúdo programático

Aula 2 - 26/04 - A comunicação como bem público e a necessidade de regulação. Texto de referência: "Por que regular os meios de comunicação?" (VALENTE, 2013).

Aula 3 - 03/05 - Conceitos de legislação, normatização e ética. Texto de referência: "Norma, normatização, normalização, normatização e normalidade" (LOPES; FABRIS, 2016).

Aula 4 – 10/05 - "Capitalismo de Vigilância" e os desafios do mundo "plataformizado". Texto de referência: "Cultura da Vigilância" (LYON, 2018).

Aula 05 – 17/05 – Legislação Brasileira e a regulamentação dos meios de comunicação. Texto de referência: "Regulação da radiodifusão" (ROSA, 2008).

Aula 06 – 24/05 - 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). Sorteio das apresentações do dia 07 e 14/6.

Aula 07 – 31/05 - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e Marco Civil da Internet. Texto de referência: "Compliance de dados pessoais" (FRAZÃO, OLIVA, ABILIO, 2019).

Aula 08 – 07/06 – Seminários Legislações aplicadas à prática da Publicidade e Propaganda (parte 1): Exercício de apresentação em sala de aula - Apresentar brevemente a legislação a respeito e debater as implicações no exercício da profissão:

Aula 09 – 14/06 - Seminários Legislações aplicadas à prática do Publicidade e Propaganda (parte 2).

Aula 10 – 21/06 - Conar e Código de Autorregulação Publicitária. Texto de referência: "Código brasileiro de auto-regulamentação publicitária" (CONAR, 2021).

Aula 11 – 28/06 – 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 – 05/07 – Ética e o campo profissional. Texto de referência: "Ética e Regulação na Publicidade: percepções do campo profissional" (MELO; SOUSA, 2013). Sorteio das apresentações do dia 15 e 22/3.

Aula 13 – 12/07 – Estudos de casos. Texto de referência: "O Conar e a regulação da publicidade brasileira" (BOTELHO, 2010)

Aula 14 – 19/07 - 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 15 – 26/07 Seminários finais avaliativos, tema "Direitos Humanos e a Publicidade": raça, classe, gênero, sexualidade, etarismo, imigrantes e interseccionalidades.

Aula 16 – 02/08 – Seminários finais avaliativos, tema "Direitos Humanos e a Publicidade": raça, classe, gênero, sexualidade, etarismo, imigrantes e interseccionalidades.

Aula 17 – 09/08 – Divulgação dos resultados semestrais

Aula 18 – 16/08 – Prova Final