



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): 19 de Fevereiro de 2024.			
Docente Responsável: Yasmin Ribeiro Gatto Cardoso			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: https://lattes.cnpq.br/9667432414520706			
Disciplina: LEGISLAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – Publicidade e Propaganda		Código: COS 04835	
Pré-requisito:	Não possui	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: <ul style="list-style-type: none">● Conhecer os mecanismos legais que envolvem a atividade da comunicação.● Analisar casos de desrespeito à ética profissional.● Desenvolver um espírito crítico em relação à atividade profissional.● Discutir as implicações sociais e políticas da prática da comunicação e sua normatização.● Levantar questões éticas a partir da análise do fazer 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

Metodologia:

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

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

- Seminário (10 pontos);
- Exercícios e debates em sala de aula (8 pontos);
- Participação, presença, interação, leitura prévia dos textos (2 pontos);
- Prova avaliativa (10 pontos).

Ao final do período, os alunos que não alcançarem média 7,0 (sete) farão uma prova final teórica abrangendo todo o conteúdo da disciplina.

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.
- 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, v. 29, n. 2, p. 89-101, jul./dez. 2006.

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.

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.ncd.org

Cronograma:

Aula 1 - 18/03/2024: Apresentação da turma, ementa e conteúdo programático. Texto inicial de interação em sala de aula - Debate: "Não é o Conar que vai nos proteger" (Eugênio Bucci).

Aula 2 - 25/03/2024: A comunicação como bem público e a necessidade de regulação. Texto de referência: "Por que regular os meios de comunicação?" (VALENTE, 2013) - página: 9-73. Disponível em:
<https://fpabramo.org.br/publicacoes/wp-content/uploads/sites/5/2017/05/colecaoquesaber-02.pdf>

Segunda parte da aula (leitura em sala de aula) - A publicidade saudável na comunicação pública. Disponível em:
<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139139>

Aula 3 - 01/04/2024: Conceitos de legislação, normatização e ética. Texto de referência: Os sete matizes da ética. MARTINS, L. Intercom - Revista brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, v. 29, n. 2, p. 89-101, jul./dez. 2006. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/214>

Segunda parte da aula (leitura em sala de aula) - Ética e o campo profissional. Texto de referência: "Ética e Regulação na Publicidade: percepções do campo profissional" (MELO; SOUSA, 2013). Disponível em:
https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29770/1/AM_HS_internet_publicidade_regulacao.pdf

Aula 4 - 15/04/2024: "Capitalismo de Vigilância" e os desafios do mundo "plataformizado". Texto de referência: "Cultura da Vigilância" (LYON, 2018). Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/sant/a/wjvYxRWtn37DSZ8FrYWmkCL/?lang=pt&format=pdf>

Capitalismo de vigilância e o novo ser-patriarcal. Disponível em:
<https://www.dmtemdebate.com.br/capitalismo-de-vigilancia-e-o-novo-ser-patriarcal/>

Segunda parte da aula (leitura em sala de aula) - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Marco Civil da Internet e Lei de acesso à informação. Texto de referência: O conflito entre normas da LGPD e o Marco Civil da internet: uma breve comparação entre seus dispositivos normativos. Disponível em:
<https://www.migalhas.com.br/depeso/367517/o-conflito-entre-normas-da-lgpd-e-o-marco-civil-da-internet>

Vídeo: Capitalismo de Vigilância e Democracia: https://www.youtube.com/watch?v=b2nnM_VOPqU

Aula 5 - 22/04/2024: Legislações específicas da Publicidade e da Propaganda:

1. Código de Defesa do Consumidor;
2. 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). Disponível em:
<https://periodicos.uninove.br/thesisjuris/article/view/16974>

Segunda parte da aula: Exercício de análise de observatórios de publicidade de alimentos (OPA). Publicidade Enganosa x Publicidade Abusiva.

Aula 6 - 29/04/2024: Apresentação de Seminários - Legislações aplicadas às práticas comunicacionais: Exercício de apresentação em sala de aula - Apresentar brevemente a legislação a respeito e debater as implicações no exercício da profissão:

1. Estatuto da Infância e Juventude;
2. Direito de Imagem;
3. Difamação, Calúnia e Injúria;
4. Direitos autorais e Direito ao Esquecimento (direito à vida privada);
5. Lei Rouanet, Lei do Audiovisual.

Vale: 10 pontos.

Aula 7 - 06/05/2024: Conar e Código de Autorregulação Publicitária. Texto de referência: "Código brasileiro de auto-regulamentação publicitária" (CONAR, 2021). 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 8 - 13/05/2024: 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).

Segunda parte da aula - discussão: “Direitos Humanos e a Publicidade”: raça, classe, gênero, sexualidade, etarismo, imigrantes e interseccionalidades.

Aula 09 - 20/05/2024: Guia de Mídia e Direitos Humanos - Intervenções (PCD; Questão de gênero; Pessoas negras; Crianças e adolescentes e População Idosa) - Debate e leitura em sala de aula.

Aula 10 - 27/05/2024: Prova Avaliativa (Todos os conteúdos - vale 10 pontos).

Aula 11 - 03/06/2024: Explorando o site do Conar: Exercício de fazer uma denúncia de uma campanha (a ser escolhida).

Aula 12 - 10/06/2024: Explorando o site do Conar: Guia de boas práticas para publicidade infantil e para influenciadores digitais.

Aula 13 - 17/06/2024: Estudos de caso. Texto de referência: “O Conar e a regulação da publicidade brasileira” (BOTELHO, 2010) + devolutivas das provas.

Aula 14: - 24/06/2024: Semana de apresentação de TCC's do Curso de Publicidade - participação com certificado de horas e presença.

Aula 15: - 01/07/2024: Atividade de recuperação final, encerramento do semestre e avaliação da disciplina.

Professora Yasmin Gatto
e-mail: yasmin.cardoso@ufes.br