



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

<b>Plano de Ensino</b>			
<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> 09/10/2023			
<b>Docente Responsável:</b> Yasmin Ribeiro Gatto Cardoso			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="https://lattes.cnpq.br/9667432414520706">https://lattes.cnpq.br/9667432414520706</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.
- Debates de filmes.

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

- Seminário (10 pontos);
- Textos referentes aos debates em sala de aula (5 pontos);
- Participação, presença, interação, leitura prévia dos textos (5 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 microssistema 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](http://www.conar.org.br)
- Criança e Consumo – [www.criancaeconsumo.org.br](http://www.criancaeconsumo.org.br)
- Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação – [www.fndc.org.br](http://www.fndc.org.br)
- Frente pela Regulamentação da Publicidade de Alimentos – <http://regulacaoalimentos.blogspot.com.br>
- Observatório da Mídia – [www.observatoriodamidia.ufes.br](http://www.observatoriodamidia.ufes.br)
- Rede Nacional de Combate à Desinformação – [www.rncd.org](http://www.rncd.org)

### **Cronograma:**

**Aula 1 - 15/09/23:** Apresentação da Turma, ementa e conteúdo programático. Texto inicial de interação em sala de aula - Debate: Regulação da mídia.

**Aula 2 - 22/09/2023:** 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>

**Aula 3 - 29/09/2023:** 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](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29770/1/AM_HS_internet_publicidade_regulacao.pdf)

**Aula 4 - 06/10/2023:** “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/wjyYxRWtn37DSZ8FrYWmkCL/?lang=pt&format=pdf>

Capitalismo de vigilância e o novo ser-patriarcal. Disponível em: <https://www.dtemdebate.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\\_VQPqU](https://www.youtube.com/watch?v=b2nnM_VQPqU)

**Aula 5 - 13/10/23:** Preparação para seminários.

**Aula 6 - 20/10/2023:** 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 microssistema de proteção e defesa do consumidor" (ALVES, 2020).

**Aula 7 - 27/10/2023:** 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: 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 8 - 03/11/2023:** Tempo de estudo e revisão para a prova.

**Aula 09 - 10/11/23:** Tempo de estudo para a prova e revisão de conteúdos - tira-dúvidas.

**Aula 10 - 17/11/2023:** 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 11 - 24/11/2023:** Prova avaliativa.

**Aula 12 - 01/12/2023:** - 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).

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

**Aula 13 - 08/12/2023:** Estudos de caso. Texto de referência: "O Conar e a regulação da publicidade brasileira" (BOTELHO, 2010) + devolutivas das provas.

**Aula 14: - 15/12/2023:** Atividade de recuperação final. Encerramento do semestre.

Professora Yasmin Gatto  
e-mail: [yasminrgatto@gmail.com](mailto:yasminrgatto@gmail.com)