



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2026	
Tp. Período	Anual	
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
Disciplina	1109089 - AUTOREGULAMENTAÇÃO E ÉTICA PUBLICITÁRIA	Carga Horária: 68
Turma	PPM	
Local	SANTA CRUZ	

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Observação e emprego da legislação e regulamentação específica da profissão. Código de ética do profissional de propaganda, os órgãos reguladores e mecanismos de defesa do consumidor. Conceito e caracterização dos Direitos Humanos. O papel da educação em Direitos Humanos (EDH) na formação da consciência do publicitário.

I. Objetivos

Apresentar a legislação e os códigos de conduta que balizam a atividade profissional do publicitário, estimulando o exercício da profissão com base em princípios éticos, senso crítico, responsabilidade social e respeito aos Direitos Humanos (EDH).

II. Programa

1. Noções gerais e conceitos de regulamentação e regulação.
2. Regulamentação não específica
- 2.1 Código de Defesa do Consumidor
3. Regulamentação específica
- 3.1 Constituição, Regulamentação da profissão - Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, Código de Ética dos profissionais de Publicidade e Propaganda; Regulamentação da publicidade de produtos como: alimentos, bebidas alcoólicas, fumígenos e medicamentos
4. Declaração Universal dos Direitos Humanos
5. Direitos Autorais e Registro de Marcas e Patentes
6. Possibilidades e limitações regulatórias e éticas em meios de comunicação.
7. Ética e privacidade no uso de inteligência artificial na publicidade

III. Metodologia de Ensino

Aulas expositivas e dialogadas, a partir de conteúdos teóricos. Leitura de textos para realização de debates. Estudos de caso e atividades individuais e/ou em equipe. Atividades orientadas. Exercícios e atividades práticas voltados à aplicação de conteúdos trabalhados de forma conceitual.

IV. Formas de Avaliação

A avaliação será contínua, exercícios de análise crítica e/ou atividades práticas relacionadas ao conteúdo programático. Dependendo da natureza do exercício, as atividades poderão ser realizadas:

Em sala de aula ou laboratório, com ou sem agendamento prévio;

Fora do horário de aula, utilizando ou não a estrutura da universidade, com prazo de entrega predeterminado.

Recuperação de Rendimento e Prazos

Conforme a Resolução nº 1 COU/UNICENTRO (Art. 40), será garantida a recuperação continuada ao longo do semestre por meio de provas e/ou reelaboração das atividades propostas.

Atrasos: Em caso de ausência ou não entrega de atividades em sala no horário previsto, o acadêmico poderá entregá-las na aula seguinte, mediante justificativa, com valor de nota reduzido.

Melhoria de Desempenho: O acadêmico que desejar aumentar sua média terá a opção de refazer atividades em cronograma específico a ser definido com o docente.

Condição: O peso da avaliação de recuperação não será superior à nota original e sua concessão está condicionada à entrega das atividades nos prazos estabelecidos.

Critérios de Avaliação

Coerência: Alinhamento entre o solicitado e o conteúdo ministrado. Desenvolvimento Técnico: Evolução do acadêmico em relação à aplicação prática dos conceitos. Pontualidade: Respeito rigoroso às datas e horários de entrega das atividades.

V. Bibliografia

Básica

ANDRÉ, Alberto. Ética e códigos da comunicação social. 4. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

CENEVIVA, Walter. Direito constitucional brasileiro. São Paulo: Saraiva, 1991.

COELHO, Danda; MEDEIROS, Marco. Comunicação e legislação. Curitiba: Juruá, 2003.

Declaração Universal dos Direitos Humanos – UNICEF. <https://www.unicef.org>

ZAJDZNAJDER, Luciano. ética, estratégia e comunicação: na passagem da modernidade a pós-modernidade. Rio de Janeiro: Fund. Getúlio Vargas, 1999.

Complementar



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2026	
Tp. Período	Anual	
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
Disciplina	1109089 - AUTOREGULAMENTAÇÃO E ÉTICA PUBLICITÁRIA	Carga Horária: 68
Turma	PPM	
Local	SANTA CRUZ	

PLANO DE ENSINO

BRASIL. Constituição: República Federativa. Brasília: Senado Federal, 1988.
CENEVIVA, Walter. Publicidade e direito do consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1991
ROCHA, Ivone Ananias dos Santos. Legislação e ética na comunicação / Ivone Ananias dos Santos Rocha. – Londrina: Editora e Distribuidora Educacional
SCHULTZ, Roberto. O publicitário legal: alguns toques, sem juridiquês, sobre o direito da publicidade no Brasil. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.
REGISTRO DE MARCAS E PATENTES
<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/inoва-simples/registro-marcas-patentes/registro-de-marcas-e-patentes>

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 004/2026
Data: 26/02/2026