

ÁREA DE FORMAÇÃO: GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

REGULAÇÃO DA PUBLICIDADE: TUDO O QUE PRECISA SABER!

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
11/10/2017	9h/13h – 14h/18h	8 horas	Lisboa

OBJECTIVOS GERAIS:

Conhecer as principais questões suscitadas pela aplicação do Código da Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro e do regime jurídico das Práticas Comerciais Desleais, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março.

OBJECTIVO ESPECÍFICOS:

- ✓ Compreender o conceito legal de publicidade, no quadro da abordagem constitucional da liberdade de expressão dos anunciantes, da proteção dos consumidores e do princípio da proporcionalidade.
 - ✓ Conhecer as principais questões suscitadas face ao conteúdo das mensagens: publicidade enganosa, publicidade comparativa, exagero publicitário, apelo a sentimentos na comunicação comercial, violação do princípio da licitude.
 - Compreender, em especial, as normas relativas à utilização da língua portuguesa na publicidade, numa perspetiva evolutiva.
 - Compreender, em especial, as restrições à publicidade com intervenção de menores ou dirigida a menores.
 - ✓ Conhecer as principais questões suscitadas face à forma das mensagens: publicidade oculta, publicidade redaccional e blogues pessoais.
 - ✓ Identificar as modalidades de publicidade típicas dos meios audiovisuais – patrocínio, colocação de produto e ajuda à produção – reguladas na Lei da Televisão, aprovada pela Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho.
 - ✓ Reconhecer a mudança de paradigma no regime jurídico da publicidade determinada pelo recurso a tecnologias de tratamento de dados pessoais para efeitos de personalização dos anúncios, nomeadamente ao nível dos interesses protegidos.
 - ✓ Distinguir a auto-regulação e os mecanismos sancionatórios tradicionais, compreendendo o papel do mercado na tutela do regime jurídico da publicidade.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Conceito de publicidade	1h	- Abordagem constitucional - Elementos do conceito legal
O conteúdo das mensagens	3h	- Publicidade enganosa - Publicidade comparativa - Exagero publicitário - Apelo a sentimentos na comunicação comercial - Violação do princípio da licitude - Utilização da língua portuguesa - Intervenção de menores e publicidade dirigida a menores
A forma das mensagens	1h	- Publicidade oculta em geral - Publicidade redaccional - Blogues pessoais
Publicidade nos meios audiovisuais	1h	- Patrocínio - Colocação de produto - Ajuda à produção
Publicidade na era digital	1h	- Tecnologias de tratamento de dados pessoais - Problema do consentimento
Mecanismos sancionatórios	1h	- Mecanismos sancionatórios tradicionais - Auto-regulação - Papel do mercado

PREÇO ASSOCIADO: 200€+IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 290€+IVA

DESCONTOS

2ª Inscrição – 5% de desconto

3ª Inscrição e seguintes – 10% desconto

FORMADORA: ANA AMORIM

Doutorada em Ciências Jurídicas Privatísticas pela Escola de Direito da Universidade do Minho com a tese “A tutela da lealdade nas relações de mercado. A propósito do ilícito publicitário” (Almedina, 2017).

É docente do ensino superior. Desenvolve investigação sobretudo nas áreas do Direito da Publicidade e da Concorrência Desleal, sendo autora de vários artigos científicos publicados e oradora convidada em congressos e cursos de especialização.

No seu percurso profissional, destaca-se o facto de ter trabalhado na Universidade Nacional de Timor-Leste e na Entidade Reguladora da Saúde. Integra atualmente o Gabinete Técnico-Jurídico da Auto Regulação Publicitária.