



## **ÉTICA NA PUBLICIDADE E CÓDIGO DE AUTORREGULAMENTAÇÃO** THAMYLLA EVANGELISTA MARTINS DA SILVA; ADRIANA RODRIGUES FERREIRA thamy\_ems@hotmail.com

**Objetivo:** A fim de colaborar para o esclarecimento desta questão, este Plano de Trabalho se propõe a investigar o conceito de ética aplicada ao campo da publicidade, de forma a contribuir para a efetivação da pesquisa que o engloba: Ética na Publicidade e Código de **Método:** Os materiais e métodos utilizados para auxiliar nesta pesquisa foram os estudos bibliográficos recomendados pela orientadora. Houve também uma pesquisa de questionário aos alunos do curso de Publicidade e Propaganda- Matutino. Estudo bibliográfico de obra **Resultados:** A fim de colaborar para a pesquisa foram estudadas obras que conceituam ética, ética na comunicação e ética em publicidade e propaganda. As resenhas das obras possibilitaram o entendimento da relação entre moral e ética, bem como a compreensão dos princí **Conclusão:** Conclui-se, portanto, que a ética na comunicação publicitária é um instrumento útil para produção de mensagens que tem o poder de residir e fomentar atitudes de responsabilidade social. Os princípios éticos regulam uma competitividade honesta que valora e

**Palavras-chave:** Ética. Código De Autoregulamentação. Responsabilidade Social