



## **CONCEITO DE ÉTICA NA PUBLICIDADE**

ALESSANDRA MORAES COSTA; ADRIANA RODRIGUES FERREIRA  
ale.sandramc37@gmail.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 a aplicação de pesquisa aos alunos do curso de Publicidade e Propaganda- Matutino. Estudo bibliográfico de obras com **Resultados:** Através das obras estudadas foi possível estabelecer linhas para fundamentar os conceitos de Ética na publicidade. Foi possível também o levantamento de questionamentos que inclusive fizeram parte do formulário elaborado com o intuito de conhecer a opinião **Conclusão:** Uma mensagem publicitária que colabora sim para o comportamento de uma sociedade, de caráter ético, são mensagens que tenham base no respeito ao próximo. É do senso do publicitário transmitir mensagens que faça contribuir para uma sociedade mais consciente

**Palavras-chave:** Publicidade E Propaganda. Ética. Código De Autorregulamentação.