

Resumen Ejecutivo

El presente estudio tiene por objeto analizar un set de avisos publicitarios, desde puntos de vista éticos y legales, difundidos a través de los principales medios de comunicación chilenos.

Para desarrollar el proyecto debimos ahondar en temas y doctrinas ética para estructurar y arraigar tal concepto como base del análisis, determinando para ello criterios que nos permitiesen apoyarnos para focalizar nuestro estudio.

Luego relacionamos tales conceptos éticos con la publicidad, en lo que se refiere a la difusión de piezas publicitarias en los medios de comunicación (radio, televisión, revistas y diarios).

Después de unificar criterios éticos y legales en publicidad, estuvimos en condiciones de discutir y analizar un set de avisos cimentados en los criterios previamente establecidos.

La realización de tal estudio nos sirvió para profundizar nuestro espectro de conocimiento en un tema poco conocido, poco reconocido y silenciosamente importante en la vida empresarial actual, como lo es la Ética en el Marketing.

Las conclusiones de esta investigación servirán de apoyo a todo ente que quiere hacer publicidad o esboce la idea de ejecutarla en los medios de comunicación chilenos.