



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



Investește în oameni! FONDUL SOCIAL EUROPEAN
Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Axa prioritară: 3. Domeniul major de intervenție: 3.3
Titlul proiectului: "Împreună pentru integritate, responsabilitate socială și dezvoltare durabilă"
Cod Contract: POSDRU/93/3.3/S/63280

85
AUG
2013

ETICA ÎN PUBLICITATE

JURNAL DE CERCETARE ANTICORUPȚIE



Publicitate = Faptul de a face cunoscut un lucru publicului; difuzare de informații în public; caracterul a ceea ce este public.

Surse: Transparency International Secretariat, <http://www.transparency.org/>; Dicționarul explicativ al limbii române, ediția a II-a, Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”, Editura Univers Enciclopedic, 1998, Noul dicționar explicativ al limbii române, Litera Internațional, Editura Litera Internațional, 2002.

Surse imagini: FreeDigitalPhotos.net - artur84; Stuart Miles;

Dreptul de Autor (Copyright) aparține Asociației Române pentru Transparență. Toate drepturile rezervate. Orice reproducere neautorizată, publică sau privată, copiere sau plagiere, constituie încălcarea acestui drept de autor. Este permisă reproducerea acestui material doar în scopul educației personale/formării profesionale, și numai pentru acele persoane care sunt înscrise în respectivul program de pregătire al Transparency International România (pentru care a fost pregătit acest material). Copierea, distribuția sau împrumutarea în alte scopuri, sau scopuri comerciale este interzisă. **ORICE** persoană care încalca aceste prevederi va fi ținută responsabilă pentru toate prejudiciile produse (directe sau indirecte).

VALORI

cod filosofic profund
internalizat care ser-
vește drept ghid pentru
stabilirea obiectivelor,
adoptarea deciziilor,
soluționarea conflicte-
lor și modul de com-
portament

PRINCIPII

enunțarea conduitelor
așteptate pentru onora-
rea fiecărei valori

CULTURĂ DE ORGANIZAȚIE

ansamblu de valori,
principii, filosofie, prac-
tici și cutume care defi-
nesc o instituție

În ultimii ani, publicitatea a devenit un element omniprezent al vieții noastre de zi cu zi. Ea poate lua mai multe forme, în funcție de mediul de comunicare utilizat, de la panourile publicitare și afișele de pe stradă la spoturile publicitare de la radio și televizor. Nici Internetul nu face excepție, majoritatea website-urilor fiind supraîncărcate cu reclame pentru diverse produse și servicii.

Publicitatea este o armă puternică în arsenalul companiilor, mai ales cele care produc obiecte sau prestează servicii. O campanie publicitară sau o reclamă bine gândită pot să influențeze nu doar preferințele consumatorilor, ci, în anumite situații, chiar și opinia publică cu privire la teme precum rasismul, sexismul sau alte forme de discriminare. De aceea, pentru a preveni astfel de situații, publicitatea este supusă anumitor legi și directive, atât la nivel național cât și la nivel european și global.

În primul rând, sunt interzise mesajele discriminatorii de orice fel. Este interzisă și publicitatea subliminală, definită în Legea 148/2000 ca fiind „orice publicitate care utilizează stimuli prea slabi pentru a fi percepuți în mod conștient, dar care pot influența comportamentul economic al unei persoane”. Această regulă se aplică și publicității prin intermediul mijloacelor audiovizuale, nu doar celor scrise. Pe lângă asta, legea audiovizualului – Legea 504/2002 – interzice tehnicile subliminale și comunicările audiovizuale cu conținut comercial mascat. Astfel, conform acestei legi, publicitatea trebuie să fie ușor de recunoscut.

Încălcarea directivelor legilor ce guvernează publicitatea este pedepsită cu amenzi de la 500 RON la 4000 RON, sau de la 5000 RON la 200.000 RON în cazul publicității prin intermediul mijloacelor audiovizuale.

